

Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Факультет інноваційних технологій

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня бакалавра
за освітньо–професійною програмою «Готельно–ресторанна справа»
на тему «Організація та управління кейтеринговими послугами в умовах
сучасної конкуренції»

Виконав:
здобувач IV курсу, групи ГРС 21 – 1
спеціальності 241
«Готельно-ресторанна справа»
Франк Е.С.

Керівник:
к.т.н., доцент Сабіров О.В.

Дніпро – 2025

АНОТАЦІЯ

Франк Е.С. Організація та управління кейтеринговими послугами в умовах сучасної конкуренції. Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр» за спеціальністю 241 Готельно-ресторанна справа. – Університет митної справи та фінансів, Дніпро.

Метою кваліфікаційної роботи є теоретичне обґрунтування та дослідження особливостей функціонування кейтерингових послуг на підприємстві, а також розробка ефективних управлінських рішень, спрямованих на підвищення їх якості та конкурентоспроможності.

Об'єктом дослідження є процес управління кейтеринговими послугами в умовах підприємницької діяльності.

Предметом дослідження є методи, моделі та організаційні підходи до управління кейтеринговими послугами на підприємстві.

Виходячи з поставленої мети, виконано такі завдання: розкрито поняття кейтерингу та його роль в економіці; досліджено процес організації кейтерингового обслуговування; проаналізовано методи управління у кейтеринговому бізнесі; надано організаційно-економічну характеристику підприємству; визначено особливості організації кейтерингових послуг на досліджуваному підприємстві; оцінено ефективність управління; розроблено пропозиції щодо покращення управління, зокрема покращення упаковки, контроль температури, GPS-навігація, онлайн-комунікація з клієнтами, тренінги персоналу, гнучка цінова політика та система лояльності; для корпоративних клієнтів передбачено спеціальні пакети з бонусами; проведена оцінка ефективності впровадження рекомендацій підтверджує, що реалізація запропонованих заходів сприятиме підвищенню ефективності бізнесу, збільшенню доходу та зниженню витрат.

Для досягнення мети роботи застосовано комплекс методів: аналіз і синтез теоретичних основ кейтерингу; порівняльний аналіз технологій і сервісів; економічний аналіз діяльності; спостереження та анкетування; графічна візуалізація результатів; узагальнення для формулювання висновків.

Практична значущість дослідження полягає в тому, що отримані результати і рекомендації можуть бути використані для підвищення ефективності організації кейтерингових послуг, оптимізації управлінських процесів і впровадження сучасних технологій обслуговування. Запропоновані заходи сприятимуть покращенню якості сервісу, залученню нових клієнтів та підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку кейтерингу.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Робота викладена на 61 сторінці, містить: 16 таблиць, 15 рисунків. Список використаних джерел містить 41 найменування.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: КЕЙТЕРИНГ, КЕЙТЕРИНГОВІ ПОСЛУГИ, КЕЙТЕРИНГОВЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ, ОРГАНІЗАЦІЯ, ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ

ABSTRACT

Frank E.S. Organization and management of catering services in the conditions of modern competition. Qualification work for obtaining a higher education degree "bachelor" in specialty 241 Hotel and restaurant business. – University of Customs and Finance, Dnipro.

The purpose of the qualification work is the theoretical substantiation and study of the features of the functioning of catering services at the enterprise, as well as the development of effective management solutions aimed at improving their quality and competitiveness.

The object of the study is the process of managing catering services in the context of entrepreneurial activity.

The subject of the study is methods, models and organizational approaches to managing catering services at the enterprise.

Based on the goal, the following tasks were completed: the concept of catering and its role in the economy were revealed; the process of organizing catering services was studied; management methods in the catering business were analyzed; organizational and economic characteristics of the enterprise were provided; the features of organizing catering services at the enterprise under study were determined; management efficiency was assessed; proposals were developed to improve management, in particular, improving packaging, temperature control, GPS navigation, online communication with customers, staff training, flexible pricing policy and a loyalty system; special bonus packages were provided for corporate clients; an assessment of the effectiveness of the implementation of recommendations confirms that the implementation of the proposed measures will contribute to increasing business efficiency, increasing income and reducing costs.

To achieve the goal of the work, a set of methods was used: analysis and synthesis of the theoretical foundations of catering; comparative analysis of technologies and services; economic analysis of activities; observation and questionnaires; graphic visualization of results; generalization for formulating conclusions.

The practical significance of the study is that the results and recommendations obtained can be used to improve the efficiency of catering services, optimize management processes and implement modern service technologies. The proposed measures will contribute to improving the quality of service, attracting new customers and increasing the competitiveness of the enterprise in the catering market.

The work consists of an introduction, 3 sections, conclusions; contains 41 pages of text, 15 figures, 16 tables. The list of sources includes 41 titles of literature.

KEYWORDS: CATERING, CATERING SERVICES, CATERING SERVICE, ORGANIZATION, MANAGEMENT EFFICIENCY, COMPETITIVENESS

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ КЕЙТЕРИНГОВИМИ ПОСЛУГАМИ	7
1.1 Поняття кейтерингу та його роль у сучасній економіці	7
1.2 Організація процесу кейтерингового обслуговування.....	13
1.3 Методи та моделі управління в кейтеринговому бізнесі	19
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	23
РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ ФОП ЦАПЛІН В УМОВАХ СУЧАСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ	24
2.1 Загальна організаційно-економічна характеристика.....	24
2.2 Особливості організації кейтерингових послуг на підприємстві	31
2.3 Дослідження ефективності управління кейтеринговими послугами	40
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	47
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ КЕЙТЕРИНГОВИХ ПОСЛУГ ФОП ЦАПЛІН	48
3.1 Пропозиції щодо підвищення ефективності управління кейтеринговими послугами.....	48
3.2 Оцінка ефективності запропонованих заходів.....	52
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	57
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62
ДОДАТКИ.....	67

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи зумовлена стрімким розвитком сфери обслуговування, в якій кейтеринг посідає все важливіше місце як сучасна, мобільна та ефективна форма організації харчування. Зростання попиту на кейтерингові послуги пояснюється інтенсивною урбанізацією, активним темпом життя населення, а також підвищеними вимогами споживачів до якості та рівня обслуговування. За таких умов виникає об'єктивна необхідність у вдосконаленні систем управління кейтеринговими підприємствами з метою підвищення їх операційної ефективності, адаптивності до змін ринку та забезпечення конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі.

Серед науковців, які досліджували питання кейтерингу, варто виокремити тих, чия наукова діяльність зробила суттєвий внесок у формування теоретичних засад і практичних підходів до організації, управління та розвитку кейтерингових послуг у сфері готельно-ресторанного бізнесу В. Архіпов, Л. Г. Бишовець, Л. І. Гірняк, О. Григоренко, В. А. Глагола, Н. І. Кирніс, О. О. Нестеренко, І. С. Коробкіна, О. В. Пахомська, В. В. Постова, Г. П'ятницька, З. Т. Ратова, Н. В. Якименко-Терещенко.

Метою кваліфікаційної роботи є теоретичне обґрунтування та дослідження особливостей функціонування кейтерингових послуг на підприємстві, а також розробка ефективних управлінських рішень, спрямованих на підвищення їх якості та конкурентоспроможності.

Задачі, які необхідно вирішити для досягнення зазначеної мети:

- розкрити поняття кейтерингу та його значення в економіці;
- дослідити процес організації кейтерингового обслуговування;
- проаналізувати методи та моделі управління у кейтеринговому бізнесі;
- надати загальну організаційно-економічну характеристику

підприємства;

- визначити особливості організації кейтерингових послуг на досліджуваному підприємстві;
- оцінити ефективність управління кейтеринговими послугами;
- розробити пропозиції щодо покращення управління кейтерингом;
- провести оцінку ефективності впроваджених рекомендацій.

Об'єктом дослідження є процес управління кейтеринговими послугами в умовах підприємницької діяльності.

Предметом дослідження є методи, моделі та організаційні підходи до управління кейтеринговими послугами на підприємстві.

Для досягнення мети роботи застосовано комплекс методів: аналіз і синтез теоретичних основ кейтерингу; порівняльний аналіз технологій і сервісів; економічний аналіз діяльності; спостереження та анкетування; графічна візуалізація результатів; узагальнення для формулювання висновків.

Інформаційною базою дослідження стали теоретичні й науково-практичні праці вітчизняних авторів, наукові статті, монографії, навчальні посібники та матеріали періодичних видань у відповідній предметній галузі, внутрішня інформація досліджуваного підприємства.

Практична значущість дослідження полягає в тому, що отримані результати і рекомендації можуть бути використані для підвищення ефективності організації кейтерингових послуг, оптимізації управлінських процесів і впровадження сучасних технологій обслуговування. Запропоновані заходи сприятимуть покращенню якості сервісу, залученню нових клієнтів та підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку кейтерингу.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Робота викладена на 61 сторінці, містить: 16 таблиць, 15 рисунків. Список використаних джерел містить 41 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ КЕЙТЕРИНГОВИМИ ПОСЛУГАМИ

1.1 Поняття кейтерингу та його роль у сучасній економіці

Останні роки зростає попит на мобільні та персоналізовані формати харчування, що сприяє перенесенню ресторанного обслуговування за межі традиційних закладів. У зв'язку з цим з'являється новий вид гастрономічного сервісу – кейтеринг, який охоплює широкий спектр послуг, від доставки готових страв до комплексної організації харчування з обслуговуванням на подіях різного масштабу.

Слово «кейтеринг» походить від англійського дієслова «cater», що в перекладі означає «поставляти провізію», «обслуговувати споживачів», та від відповідних словосполучень «public catering» – ресторанне господарство, а також «catering trade» – ресторанний бізнес. Цей термін відображає основну суть кейтерингової діяльності, яка полягає в організації постачання та приготування їжі для різних груп споживачів за межами стаціонарних закладів харчування. З часом поняття кейтерингу значно розширилося, охоплюючи не лише доставку їжі, а й комплексне обслуговування заходів, що включає сервірування, обслуговування гостей, оформлення простору та забезпечення необхідного обладнання [18].

Відповідно до Національного стандарту України ДСТУ 4281:2004. «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» ресторан за спеціальним замовленням (catering) відноситься до групи закладів ресторанного господарства, що постачає їжу, приготовлену централізовано, для споживання в інших місцях та визначається як окремий вид підприємства ресторанного господарства, а не як додаткову послугу закладу [10].

В наукових працях дослідники по різному трактують поняття «кейтерінг». Так, Н.О. П'ятницька та О. Григоренко визначають кейтеринг як форму обслуговування, при якій ресторан за спеціальними замовленнями

забезпечує приготування та доставку готової продукції у визначене місце, а також надає ресторанне обслуговування святкових заходів із додатковими сервісними послугами [32].

Науковець Н.І. Кирніс розглядає кейтеринг як інноваційну форму ресторанних послуг, що задовольняє потребу в харчуванні та дозвіллі поза межами стаціонарних закладів, акцентуючи увагу на його ролі в розвитку ринку послуг та підприємництва [12].

Кейтеринг, на думку Т. Сушальської, - це виїздне ресторанне обслуговування, яке включає в себе вміння не лише смачно приготувати, красиво оформити, але й ефективно подати страви та напої в будь-який час та в будь-якому місці, на яке вкаже клієнт [29].

Дослідники О. О. Нестеренко та І. С. Коробкіна визначають кейтеринг як самостійний вид підприємницької діяльності або додаткову послугу закладу ресторанного господарства, що включає організацію харчування, виїздне обслуговування заходів різного формату, а також роздрібний продаж готових страв і напоїв у місцях, обраних замовниками. На думку цих дослідників, кейтерингові послуги можуть охоплювати як окремі елементи сервісу (доставка їжі, оренда обладнання), так і повний цикл організації гастрономічного супроводу подій. Такий підхід дозволяє розглядати кейтеринг не лише як частину ресторанного бізнесу, а й як самостійну галузь індустрії гостинності, яка постійно розширює свої межі завдяки впровадженню інноваційних технологій, автоматизації процесів та підвищенню стандартів обслуговування. У сучасних умовах цей напрям демонструє значний потенціал для подальшого розвитку, адаптуючись до змін ринку та зростаючих вимог споживачів [23].

Таким чином, у науковій літературі кейтеринг розглядається як багатофункціональна діяльність, що поєднує елементи виробництва, логістики та сервісу, спрямована на задоволення потреб споживачів у харчуванні та обслуговуванні в будь-якому зручному для них місці.

Кожен науковець класифікує види кейтерингу по-різному, в залежності від аспектів, які вони вважають найбільш важливими для аналізу. Основні види кейтерингу представлено в на рис. 1.1.

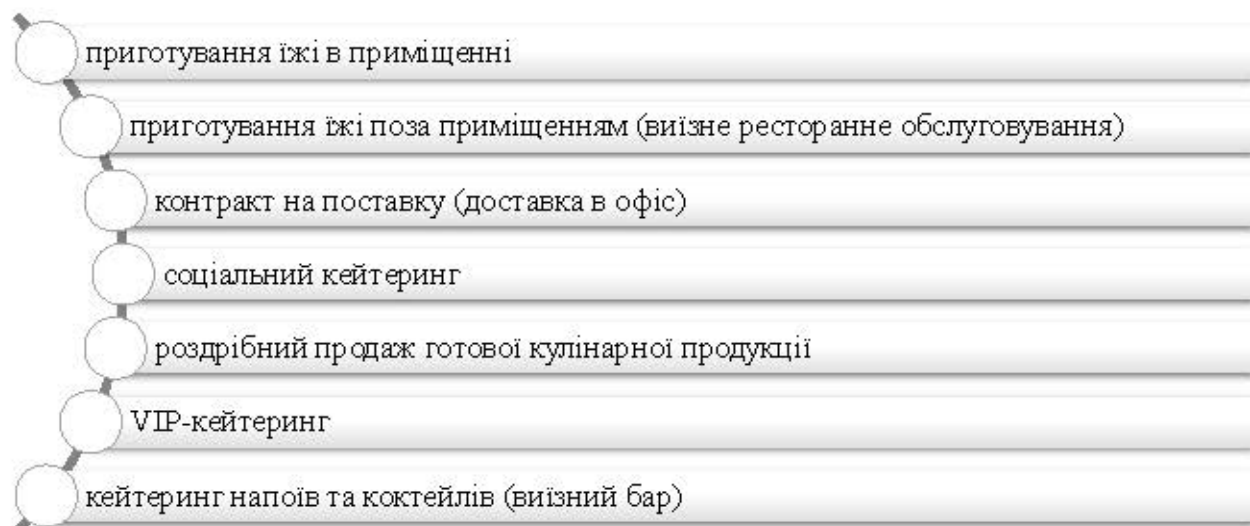


Рисунок 1.1 – Основні види кейтерингу

Джерело: складено автором на основі [18]

Кожен із видів кейтерингу орієнтований на різні типи клієнтів і подій, що дозволяє вибрати найбільш відповідні послуги в залежності від потреб і вимог замовників: приготування їжі в приміщенні – приготування їжі в закладі або на місці, виїзне обслуговування – обслуговування подій поза рестораном, доставка в офіс – постачання їжі до організацій, соціальний кейтеринг – обслуговування благодійних або соціальних заходів, роздрібний продаж – продаж готових страв, VIP-кейтеринг – обслуговування ексклюзивних заходів з індивідуальним підходом, виїзний бар – приготування напоїв та коктейлів на місці [18].

Кейтерингові підприємства мають свою специфіку, яка відрізняє їх від інших типів закладів ресторанного господарства. По-перше, це особлива технологія приготування, зберігання і сервірування страв, що адаптована до умов виїзного обслуговування. По-друге, важливою складовою є транспортування страв, що вимагає належного обладнання та уваги до деталей, аби забезпечити збереження якості їжі. По-третє, кейтеринг

передбачає організацію діяльності в нестандартних умовах, що часто вимагає залучення позаплатних офіціантів для обслуговування масштабних заходів, що додає складності в координації і управлінні [38].

Кейтерингова індустрія за останні роки переживає активний розвиток, зумовлений змінами в попиті та тенденціях на ринку. Сучасні споживачі вимагають більше зручності, високої якості обслуговування та інноваційних рішень, що стимулює розвиток кейтерингових послуг.

Таблиця 1.1 – Фактори, що сприяють розвитку кейтерингової індустрії

Фактор	Опис
Зростання попиту на виїзні послуги	Зростаючий інтерес до організації заходів поза традиційними ресторанами (весілля, корпоративи, святкування, конференції) стимулює попит на кейтеринг.
Зручність доставки	Сучасний ритм життя та бажання заощадити час сприяють зростанню попиту на доставку їжі на роботу чи додому, що відкриває нові можливості для компаній.
Розвиток інтернет-технологій	Використання онлайн-замовлень і мобільних додатків для доставки їжі дозволяє кейтеринговим компаніям залучати більше клієнтів та знижувати витрати.
Підвищення якості обслуговування	Зростання вимог до якості страв і сервісу змушує компанії постійно вдосконалювати свої послуги і пропонувати нові рішення для клієнтів.
Популяризація здорового харчування	Тенденція до здорового способу життя та здорового харчування сприяє включенню в меню вегетаріанських, органічних і низькокалорійних страв.
Гнучкість і адаптація до замовників	Кейтерингові компанії можуть адаптувати свої послуги під специфічні потреби клієнтів, наприклад, індивідуальні меню та організація заходів.
Зростання попиту на корпоративне обслуговування	Збільшення кількості корпоративних заходів та урочистостей сприяє попиті на кейтеринг для бізнесу, включаючи організацію харчування та обслуговування.

Джерело: складено автором на основі [7]

В табл. 1.1 окреслено фактори, що створюють сприятливі умови для розвитку кейтерингової індустрії, дозволяючи їй швидко адаптуватися до змін на ринку та задовольняти потреби клієнтів. Зокрема, це включає зростання попиту на виїзні послуги, зручність доставки, розвиток інтернет-технологій, підвищення якості обслуговування, популяризацію здорового харчування, гнучкість у адаптації до замовників та зростання попиту на

корпоративне обслуговування. Ці фактори сприяють стабільному розвитку та інноваціям у кейтеринговій сфері.

На розвиток кейтерингу впливають не лише фактори, які забезпечують його популярність і зростання в умовах сучасного ринку, але й його здатність відігравати важливу роль у сучасній економіці, задовольняючи різноманітні потреби клієнтів та організацій і сприяючи розвитку інших галузей. Кейтеринг є важливим сектором, який підтримує економічний розвиток через:

- створення робочих місць – забезпечує зайнятість для кухарів, офіціантів, водіїв, менеджерів та інших фахівців;
- підтримку малих та середніх підприємств – сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, забезпечуючи зайнятість та використання місцевих ресурсів;
- підвищення ефективності бізнес-процесів – дозволяє компаніям оптимізувати організацію заходів і знижувати витрати на харчування;
- розвиток туризму та гастрономічної індустрії – підтримує розвиток туризму через організацію гастрономічних заходів та банкетів;
- вплив на споживчі звички – адаптується до нових трендів, таких як здорове харчування, що змінює потреби споживачів;
- економічний ефект через інвестиції та зростання попиту – залучає інвестиції, стимулюючи розвиток суміжних галузей та підвищує попит на різні послуги [30].

Кейтеринг пропонує значні переваги для організації заходів будь-якого масштабу (рис. 1.2), надаючи можливість оптимізувати процес харчування та обслуговування. Але попри численні переваги, кейтеринг має й певні недоліки, які можуть впливати на якість обслуговування. Насамперед, він залежить від логістики, адже затримки у доставці чи проблеми з транспортуванням можуть зіпсувати захід. Також існує ризик невідповідності очікуванням, коли фактичні страви чи їх подача відрізняються від узгодженого замовлення. Крім того, клієнти мають обмежений контроль над

процесом приготування їжі, що може викликати сумніви щодо її якості та свіжості. Висока вартість послуг, особливо для індивідуальних замовлень, а також труднощі з організацією сервісу в нестандартних локаціях також є важливими факторами, які слід враховувати [30].

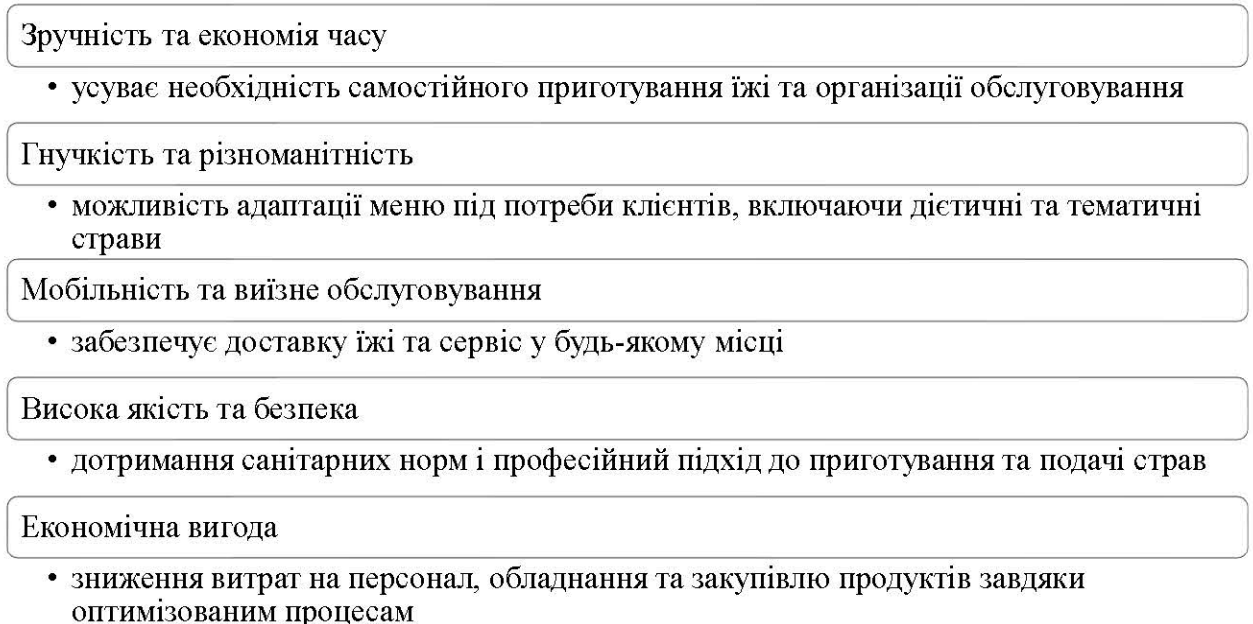


Рисунок 1.2 – Основні переваги кейтерінгу

Джерело: складено автором на основі [30]

Отже, кейтеринг відіграє важливу роль у сучасній економіці, забезпечуючи гнучкі та зручні рішення для організації харчування в різних умовах. Він поєднує елементи ресторанного бізнесу, логістики та сервісу, пропонуючи клієнтам індивідуальний підхід і високу якість обслуговування. Розвиток технологій та зміни споживчих вподобань сприяють поширенню кейтерингових послуг, розширюючи їхній асортимент і формати. Водночас ця сфера має певні виклики, зокрема логістичні труднощі та високу вартість, які потребують ефективних рішень. Попри це, кейтеринг залишається перспективним напрямом, що сприяє розвитку малого бізнесу, створенню робочих місць та підвищенню якості ресторанного обслуговування.

1.2 Організація процесу кейтерингового обслуговування

Кейтеринг охоплює широкий спектр послуг, які охоплюють не лише приготування їжі, а й організацію доставки, обслуговування, оформлення, щоб створити комфортну атмосферу для учасників події, та інші важливі аспекти. Технологія надання кейтерингових послуг підприємствами громадського харчування включає кілька етапів основними з яких, є: планування та консультування, розробка меню та організація постачання, підготовка та приготування їжі, доставка та обслуговування, післяподієве обслуговування (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Етапи надання кейтерингових послуг

Етап	Опис
Планування та консультування	Аналіз потреб клієнта, обговорення вимог до меню, місця проведення заходу, кількості гостей та бюджету. Уточнення особливих побажань, таких як дієтичні обмеження та тематика заходу.
Розробка меню та організація постачання	Створення меню відповідно до побажань клієнта та формату заходу, вибір постачальників продуктів, контроль якості інгредієнтів, організація своєчасної доставки.
Підготовка та приготування їжі	Приготування страв згідно з обраним меню, можливість попереднього приготування або приготування безпосередньо на місці заходу. Дотримання санітарних норм та стандартів безпеки харчових продуктів.
Доставка та обслуговування	Логістика транспортування їжі, сервіровка столів, забезпечення необхідного обладнання (посуду, меблів, декору), подача страв та робота персоналу (офіціанти, кухарі, адміністратори).
Післяподієве обслуговування	Прибирання після заходу, збір та повернення орендованого обладнання, оцінка якості обслуговування, отримання зворотного зв'язку від клієнта та аналіз результатів для покращення сервісу.

Джерело: складено автором на основі [26]

Кожен етап кейтерингового обслуговування відіграє ключову роль у створенні успішного заходу. Від якості організації залежить загальне враження гостей та рівень задоволеності клієнта. Правильний підхід до кейтерингового обслуговування, професійна команда та увага до деталей є

запорукою успішного проведення будь-якого заходу. Розглянемо кожен етап детальніше.

Планування та консультування. Перший етап передбачає спілкування з клієнтом для визначення всіх деталей заходу. Основні категорії клієнтів кейтерингового обслуговування представлені в табл. 1.3.

Таблиця 1.3 – Основні групи споживачів кейтерингового обслуговування

Група споживачів	Характеристика
Корпоративні клієнти	Компанії, які замовляють кейтеринг для бізнес-зустрічей, конференцій, тренінгів, корпоративних свят, фуршетів та виїзних заходів.
Приватні клієнти	Особи, які організовують сімейні свята, весілля, ювілеї, дні народження, хрестини та інші особисті заходи.
Організатори масових заходів	Компанії, що займаються організацією фестивалів, концертів, спортивних подій, виставок, ярмарків, де потрібне масове обслуговування відвідувачів.
Готельно-ресторанний бізнес	Готелі, ресторани та інші заклади, які потребують додаткових послуг кейтерингу для організації банкетів або спеціальних заходів.
Державні установи та освітні заклади	Організація харчування для шкіл, університетів, лікарень, держустанов під час офіційних зустрічей, урочистих заходів чи спеціальних програм.

Джерело: складено автором на основі [28]

Також на першому етапі перш за все, необхідно визначити формат заходу – це може бути банкет, фуршет, кава-брейк, барбекю, корпоративний обід чи інший тип події. Також слід зважати на кількість гостей та їхні вподобання щодо меню, зокрема можливі дієтичні обмеження або особливі побажання. Важливим фактором є локація проведення заходу – чи це внутрішнє приміщення, чи зовнішній майданчик, а також особливості транспортування та зберігання їжі. Окрім цього, слід врахувати бюджетні обмеження та можливість замовлення додаткових послуг, таких як декорування, музичний супровід чи оренда обладнання.

На цьому етапі важливо не лише врахувати всі побажання клієнта, а й запропонувати оптимальні рішення, які допоможуть створити комфортні

умови для проведення заходу. Детальне консультування дозволяє уникнути можливих непередбачуваних ситуацій та підвищити рівень сервісу.

Розробка меню та організація постачання відіграють ключову роль у забезпеченні якісного кейтерингового обслуговування. Важливо створити збалансоване та різноманітне меню, яке відповідатиме очікуванням клієнта та специфіці заходу. Меню має враховувати не лише смакові уподобання гостей, а й дієтичні обмеження, що дозволяє забезпечити комфорт усім учасникам події.

Важливі складові процесу:

- використання якісних та свіжих продуктів, що гарантує безпеку та чудові смакові характеристики страв;
- можливість адаптації меню для вегетаріанців, веганів, людей із харчовими алергіями чи іншими особливими вимогами;
- забезпечення своєчасного постачання продуктів, дотримання умов транспортування та контроль якості кожного етапу поставки;
- оптимізація витрат на закупівлю без втрати якості, що включає співпрацю з надійними постачальниками та вибір сезонних продуктів [11].

Окрім цього, важливо враховувати сезонність інгредієнтів, адже це дозволяє не лише зменшити витрати, а й запропонувати страви з найкращими смаковими властивостями. Гнучкість у плануванні дає змогу швидко коригувати меню у разі змін запитів клієнта або форс-мажорних обставин.

Грамотний вибір постачальників, регулярний контроль якості та налагоджена логістика є основою успішної організації кейтерингового обслуговування, забезпечуючи стабільно високий рівень сервісу та задоволення клієнтів.

Підготовка та приготування їжі. Процес приготування страв може відбуватися як у стаціонарній кухні кейтерингового підприємства, так і безпосередньо на місці заходу. Основні завдання підготовки та приготування їжі представлено на рис. 1.3. Так, важливою умовою успішної організації кейтерингових послуг є чітке дотримання всіх встановлених технологічних

процесів під час приготування страв. Це включає в себе правильне використання інгредієнтів, дотримання рецептів, а також контроль часу та температури приготування, щоб забезпечити не тільки смакові якості страв, але й їхню безпеку. Для цього можна використовувати сучасні технології, такі як автоматизовані системи управління приготуванням їжі.

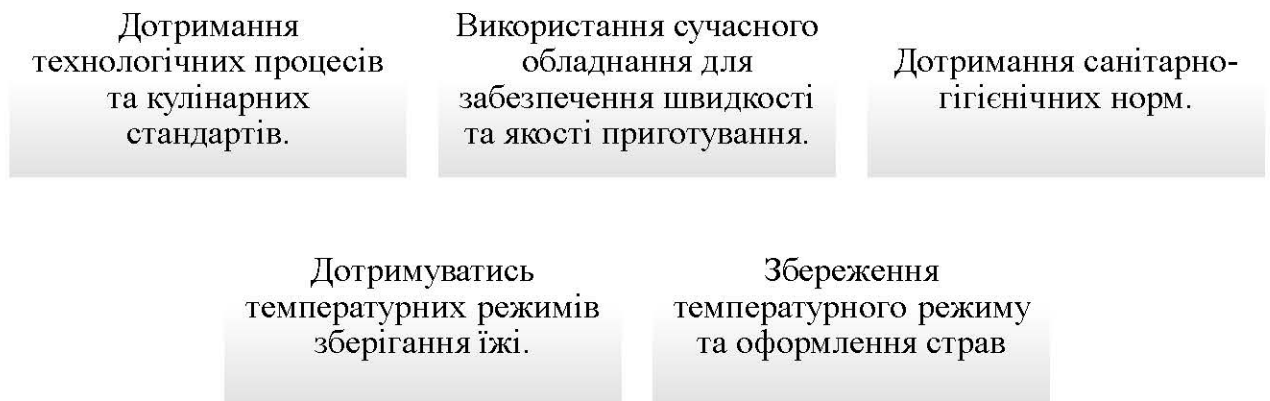


Рисунок 1.3 – Основні завдання підготовки та приготування їжі кейтерінговим підприємством

Джерело: складено автором на основі [11]

В умовах кейтерингу час є важливим фактором, тому використання високотехнологічного обладнання допомагає значно підвищити ефективність приготування та зменшити час, необхідний для обслуговування клієнтів. Модернізація кухонного устаткування, наприклад, конвекційні печі, індукційні плити, пароконвектомати, дозволяє готувати страви швидше, зберігаючи їхню якість та смак.

Для забезпечення безпеки їжі та запобігання її забрудненню, необхідно суворо дотримуватися санітарних вимог під час приготування та зберігання страв, які включають ряд основних норм і стандартів, що забезпечують безпеку їжі та захист від харчових захворювань.

Важливо також враховувати температурний режим зберігання, щоб запобігти розвитку бактерій і зберегти смакові та харчові властивості їжі. Це

включає як зберігання продуктів в холодильниках або морозильних камерах, так і моніторинг температури під час транспортування та подачі [35].

Щоб страви не втратили свої смакові якості і вигляд, необхідно звернути увагу на їхнє оформлення та подачу. Подати їжу гарячою або холодною в належному вигляді є критичним для клієнтського задоволення. Зберігання та подача страв з правильним температурним режимом забезпечує не тільки естетичне задоволення гостей, а й їхнє фізичне благополуччя. Особливу увагу слід приділяти оформленню страв відповідно до концепції заходу та вимог замовника, використовуючи стильні посудини та декор.

Доставка та обслуговування включають:

- координацію логістики для оперативного транспортування готових страв;
- використання спеціального транспорту для збереження оптимальної температури їжі;
- сервіровку столів відповідно до концепції заходу;
- роботу обслуговуючого персоналу, який забезпечує комфорт гостей та оперативне реагування на їхні потреби [11].

Ключовим фактором успіху є чітка організація процесу обслуговування, що включає підготовку персоналу, контроль за якістю сервісу та оперативне вирішення можливих проблем.

Етап післяподієвого обслуговування є не менш важливим для забезпечення високої якості послуг та підтримки добрих відносин з клієнтами. Цей етап включає кілька важливих кроків, кожен з яких сприяє не тільки організаційним процесам, а й покращенню репутації підприємства (рис. 1.4).



Рисунок 1.4 – Етапи післяподієвого обслуговування

Джерело: складено автором на основі [11]

Отже, організація процесу кейтерингового обслуговування є багатоступеневим процесом, що вимагає високої організованості та професіоналізму. Кожен етап відіграє важливу роль у забезпеченні якісного сервісу. Дотримання технологічних процесів, санітарних вимог та використання сучасного обладнання є основою для безпеки та якості харчових продуктів. Ефективна логістика доставки та своєчасне обслуговування гостей сприяють позитивному враженню від заходу. Аналіз зворотного зв'язку та внесення покращень після події дозволяє підвищити рівень послуг у майбутньому. Професійний підхід та увага до деталей – це ключ до успіху в кейтерингу.

1.3 Методи та моделі управління в кейтеринговому бізнесі

Ефективне управління в кейтеринговому бізнесі вимагає застосування сучасних методів та моделей, які забезпечують високу якість послуг та задоволення потреб клієнтів.

Методи управління в кейтеринговому бізнесі включають різноманітні стратегії та інструменти, спрямовані на оптимізацію процесів, забезпечення високої якості обслуговування клієнтів і підвищення ефективності роботи компанії. Їх вибір залежить від типу кейтерингового бізнесу (масові заходи чи індивідуальні замовлення) та специфіки послуг, що надаються, але загалом ці методи орієнтовані на створення цінності для клієнтів і забезпечення рентабельності бізнесу [6].

В табл. 1.4 представлено основні методи, що використовуються для ефективного управління в кейтеринговій індустрії.

Таблиця 1.4 – Методи управління в кейтеринговому бізнесі

Метод	Характеристика
Стратегії управління якістю	Визначення та дотримання стандартів якості для кожного етапу надання послуг. Впровадження систем контролю якості для забезпечення безпеки та високої якості продукції.
Управління персоналом	Найм, навчання та розвиток персоналу. Підтримка ефективної комунікації та командної роботи, мотивація працівників для підвищення їхньої продуктивності та якості обслуговування.
Маркетингові стратегії	Використання реклами та спеціальних пропозицій для залучення клієнтів. Розвиток бренду через соціальні мережі та інші канали комунікації, підтримка позитивного іміджу компанії.
Фінансове управління	Бюджетування, визначення цін на послуги, управління витратами та прибутковістю. Оцінка фінансових результатів для визначення рентабельності бізнесу.
Логістика та управління постачаннями	Організація ефективної доставки продуктів та страв, управління запасами, вибір постачальників інгредієнтів і забезпечення відповідних температурних режимів зберігання та транспортування.
Інновації та технології	Впровадження новітніх технологій для автоматизації процесів (мобільні додатки, онлайн бронювання, інноваційні методи приготування їжі). Використання сучасних технологій для покращення обслуговування клієнтів.

Джерело: складено автором на основі [8]

Розглянуті методи управління в кейтеринговому бізнесі сприяють ефективній організації та розвитку підприємства. Так, стратегії управління якістю включають впровадження стандартів та систем контролю, що забезпечують високий рівень продукції та безпеки для клієнтів. Управління персоналом охоплює процес найму, навчання та розвитку працівників, а також мотивацію для підвищення продуктивності та якості обслуговування. Маркетингові стратегії спрямовані на залучення нових клієнтів і зміцнення бренду через рекламу та соціальні мережі. Фінансове управління охоплює бюджетування, оцінку витрат і прибутковості для забезпечення рентабельності бізнесу. Логістика та управління поставаннями включають організацію доставки, управління запасами та вибір постачальників, щоб забезпечити ефективність процесів. Інновації та технології сприяють автоматизації та впровадженню новітніх технологій для підвищення ефективності та якості обслуговування [8]. Після розгляду основних методів управління в кейтеринговому бізнесі важливо звернути увагу на моделі управління, які є конкретнішими підходами до організації всіх процесів компанії. Методи управління забезпечують ефективну реалізацію завдань на окремих етапах діяльності, в той час як моделі визначають загальну структуру і взаємодію цих етапів для досягнення стратегічних цілей. Вони дозволяють краще координувати всі внутрішні процеси підприємства, зважаючи на його розмір, тип послуг та вимоги ринку. Окрім того, правильний вибір моделі управління може суттєво вплинути на гнучкість, ефективність та довгострокову стабільність бізнесу [21].

Основні моделі управління, які можна застосувати в кейтеринговому бізнесі представлено на рис. 1.5. Вони мають різні підходи до організації управління та можуть бути використані залежно від специфіки кейтерингового бізнесу. Кожна з моделей дозволяє оптимізувати певні аспекти діяльності, забезпечуючи ефективність та високу якість обслуговування.

Функціональна модель управління	•Чіткий поділ організаційних функцій на різні підрозділи (маркетинг, фінанси, постачання, обслуговування, приготування їжі). Кожен підрозділ відповідає за свою частину процесу, що дозволяє зосередитись на конкретних завданнях та стандартах якості. Однак можливі проблеми у комунікації між підрозділами та сповільнення процесів через бюрократію.
Процесно-орієнтована модель	•Фокусується на ефективності всього процесу обслуговування - від отримання замовлення до доставки та післяподієвого обслуговування. Акцент на взаємодії між підрозділами та координації дій для швидкого реагування на потреби клієнтів і підвищення ефективності.
Модель управління за принципом "прямого управління"	•Керівництво безпосередньо контролює всі аспекти діяльності компанії, приймаючи швидкі рішення та надаючи вказівки. Дає можливість швидко реагувати на зміни та виклики, але вимагає високого рівня організаційної дисципліни.

Рисунок 1.5 – Основні моделі управління в кейтерінговому бізнесі

Джерело: складено автором на основі [22]

Для ефективного управління кейтеринговим бізнесом важливо правильно вибрати стратегію, яка інтегруватиме різні методи в єдину систему. Оскільки в кейтерингу існує безліч етапів обслуговування, необхідно постійно адаптувати методи управління до змінних умов ринку та внутрішніх процесів підприємства. Така адаптація вимагає розуміння взаємозв'язку між методами та моделями управління, що дозволяє ефективно справлятися з викликами та підвищувати якість обслуговування.

По-перше, методи управління та моделі управління взаємопов'язані. Вибір методів управління залежить від обраної моделі управління. Наприклад, у процесно-орієнтованій моделі особливу увагу приділяють інтеграції всіх методів в єдину стратегію для забезпечення безперебійної роботи на всіх етапах процесу. Така інтеграція дозволяє підвищити ефективність і оперативність на всіх етапах надання послуг.

По-друге, кейтеринговий бізнес часто стикається з різними зовнішніми факторами, такими як сезонні зміни, економічні коливання або зміни в

споживчих уподобаннях. Тому впровадження гнучких моделей управління дозволяє швидше адаптуватися до цих змін і коригувати методи для підтримки стабільного функціонування бізнесу.

По-третє, важливим аспектом є постійне вдосконалення процесів. Оскільки кейтеринговий бізнес включає багато етапів – від приготування їжі до доставки та післяпродажного обслуговування, необхідно постійно моніторити і коригувати методи. Впровадження системи управління якістю, як частини вибору моделі управління, сприяє постійному вдосконаленню всіх етапів процесу та збереженню високого рівня послуг.

По-четверте, технологічні інновації відіграють важливу роль в управлінні кейтеринговими процесами. Використання новітніх технологій, таких як автоматизовані системи управління запасами, обробки замовлень і онлайн-взаємодії з клієнтами (мобільні додатки, CRM-системи), дозволяє оптимізувати діяльність і покращити взаємодію з клієнтами, що є важливим для підвищення ефективності бізнесу.

По-п'яте, не менш важливим є управління ризиками. Кейтеринг – це бізнес, що залежить від багатьох змінних, тому слід звернути увагу на потенційні ризики та методи їх управління, такі як страхування, резервування ресурсів і підготовка до непередбачуваних ситуацій. Це дозволяє зменшити можливі втрати та підтримувати стабільність бізнесу в умовах невизначеності.

Отже, управління в кейтеринговому бізнесі потребує комплексного підходу, що включає застосування різноманітних методів і моделей, спрямованих на забезпечення високої якості послуг і ефективності роботи компанії. Вибір методів залежить від специфіки бізнесу, що вимагає адаптації до змінюваних умов ринку та внутрішніх процесів. Важливим є також інтеграція методів у єдину стратегію, що дозволяє забезпечити безперебійність роботи на всіх етапах надання послуг.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

За результатами першого розділу отримано наступні висновки.

1. З'ясовано, що кейтеринг відіграє важливу роль у сучасній економіці, забезпечуючи гнучкі та зручні рішення для організації харчування в різних умовах. Він поєднує елементи ресторанного бізнесу, логістики та сервісу, пропонуючи клієнтам індивідуальний підхід і високу якість обслуговування. Розвиток технологій та зміни споживчих вподобань сприяють поширенню кейтерингових послуг, розширюючи їхній асортимент і формати. Водночас ця сфера має певні виклики, зокрема логістичні труднощі та високу вартість, які потребують ефективних рішень. Попри це, кейтеринг залишається перспективним напрямом, що сприяє розвитку малого бізнесу, створенню робочих місць та підвищенню якості ресторанного обслуговування.

2. Доведено, що організація процесу кейтерингового обслуговування є багатоступеневим процесом, що вимагає високої організованості та професіоналізму. Кожен етап відіграє важливу роль у забезпеченні якісного сервісу. Дотримання технологічних процесів, санітарних вимог та використання сучасного обладнання є основою для безпеки та якості харчових продуктів. Ефективна логістика доставки та своєчасне обслуговування гостей сприяють позитивному враженню від заходу. Аналіз зворотного зв'язку та внесення покращень після події дозволяє підвищити рівень послуг у майбутньому. Професійний підхід та увага до деталей – це ключ до успіху в кейтерингу.

3. Встановлено, що управління в кейтеринговому бізнесі потребує комплексного підходу, що включає застосування різноманітних методів і моделей, спрямованих на забезпечення високої якості послуг і ефективності роботи компанії. Вибір методів залежить від специфіки бізнесу, що вимагає адаптації до змінюваних умов ринку та внутрішніх процесів. Важливим є також інтеграція методів у єдину стратегію, що дозволяє забезпечити безперебійність роботи на всіх етапах надання послуг.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ ФОП ЦАПЛІН В УМОВАХ СУЧАСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

2.1 Загальна організаційно-економічна характеристика

В даній кваліфікаційній роботі об'єктом дослідження є ФОП Цаплін – підприємство, яке займається наданням кейтерингових послуг, зокрема експрес-доставкою їжі для корпоративних клієнтів. Підприємство було засноване в 2018 році та протягом своєї діяльності зарекомендувало себе як надійний партнер для організацій, що потребують якісного обслуговування на заходах або постійних поставок їжі для офісів.

Метою діяльності ФОП Цаплін є надання високоякісних кейтерингових послуг із фокусом на традиційну українську кухню. Підприємство пропонує автентичні страви, що відповідають смакам місцевих клієнтів, акцентуючи увагу на свіжості, натуральності продуктів та індивідуальному підході до кожного замовлення. Ключові завдання підприємства в процесі діяльності:

- забезпечувати якість страв завдяки натуральним локальним інгредієнтам;
- залучати нових клієнтів через рекламу та рекомендації;
- впроваджувати сучасні підходи до традиційних українських страв;
- підвищувати рівень обслуговування та кваліфікацію персоналу;
- популяризувати українську кухню через унікальні гастроконцепти;
- співпрацювати з місцевими постачальниками для підтримки економіки.

Відповідно до поставлених завдань, підприємство визначає ключові напрямки своєї діяльності, які сприяють досягненню стратегічних цілей та забезпечують ефективну роботу (рис. 2.1).



Рисунок 2.1 – Основні напрямки діяльності ФОП Цаплін

Джерело: складено автором

ФОП Цаплін має невеликий, але висококваліфікований персонал, який займається приготуванням їжі, доставкою та обслуговуванням заходів. Підприємство орієнтовано на гнучкість у підходах до роботи, що дозволяє адаптуватися до потреб кожного замовника. Організаційна структура ФОП Цаплін побудована таким чином, щоб забезпечити ефективне виконання всіх функцій підприємства, зокрема приготування їжі, доставку та обслуговування корпоративних заходів.



Рисунок 2.2 – Організаційна структура ФОП Цаплін

Джерело: складено автором

На рис. 2.2 представлена організаційна структура ФОП Цаплін, де можна побачити, що кадровий склад складається з кваліфікованих спеціалістів, зокрема кухарів, менеджерів і доставників, що дозволяє ефективно працювати в умовах змінного попиту. Кадровий склад ФОП Цаплін за останні чотири роки представлено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Кадровий склад ФОП Цаплін

Показники	2021	2022	2023	2024	Відхилення 2024/2021
Адміністративний персонал	1	1	1	1	-
% від загальної кількості	11,1	11,1	8,3	6,7	-4,4
Менеджери	1	1	1	1	-
% від загальної кількості	11,1	11,1	8,3	6,7	-4,4
Фахівці (маркетолог, бухгалтер, логіст)	3	3	3	3	-
% від загальної кількості	22,2	22,2	16,7	13,3	-8,9
Спеціалісти (кухарі, водії)	6	6	8	10	+4
% від загальної кількості	66,7	66,7	66,7	66,7	-
Обслуговуючий персонал	1	1	2	3	+2
% від загальної кількості	11,1	11,1	16,7	20	+8,9
Всього	12	12	15	18	+6

Джерело: складено автором

Протягом 2021 – 2024 років персонал ФОП Цаплін збільшився на 6 осіб (+66,7%), головним чином через розширення категорії спеціалістів та обслуговуючого персоналу. Частка адміністративного та менеджерського персоналу зменшилася, оскільки акцент ставиться на продуктивність робітників на місцях. Збільшення кількості спеціалістів (кухарі та доставники) та обслуговуючого персоналу свідчить про розвиток підприємства та збільшення замовлень, особливо в умовах післявоєнного відновлення.

Якісний склад кадрового персоналу ФОП Цаплін представлено в табл. 2.2, де можна побачити, що протягом 2021 – 2024 років кадровий склад зазнав змін. Збільшилась кількість працівників середнього та старшого віку, зокрема в категоріях 25 – 34 роки та 35 – 44 роки. Освітній рівень працівників також покращився – зросла кількість осіб з вищою та середньою

спеціальною освітою. За стажем роботи змінились групи 1-3 роки та 3-5 років, в той час як працівників з менше 1 роком стажу стало стільки ж. Гендерна структура змінилась на користь жінок, яких стало більше. Загалом спостерігається позитивна динаміка в усіх категоріях, зокрема в освіті та вікових групах.

Таблиця 2.2 – Якісний склад ФОП Цаплін

Показники	2021	2022	2023	2024	Відхилення 2024/2021
Вікова категорія					
18-24 роки	2	2	2	2	-
25-34 роки	5	4	5	7	+2
35-44 роки	2	2	3	4	+2
45-54 роки	1	2	4	2	+1
55 років і старші	2	1	-	3	+1
За рівнем освіти					
Вища освіта	8	7	8	10	+2
Середня спеціальна	4	4	6	8	+4
За стажем роботи					
Менше 1 року	3	2	2	3	-
1-3 роки	3	4	4	5	+2
3-5 років	3	2	1	5	+2
Понад 5 років	3	3	4	5	+2
Гендерна структура					
Чоловіки	4	3	5	6	+2
Жінки	8	8	9	12	+4

Джерело: складено автором

Таблиця 2.3 – Графік роботи працівників ФОП Цаплін

Посада	Графік роботи
Керівник/власник ФОП	Понеділок - п'ятниця: 9:00 – 18:00, але завжди на зв'язку
Менеджер з операційної діяльності	Понеділок - п'ятниця: 9:00 – 18:00, за необхідністю вечірні та вихідні зміни для моніторингу заходів.
Кухарі та помічники кухарів	Перша зміна: 6:00 – 15:00 (для приготування сніданків і обідів). Друга зміна: 10:00 – 19:00 (для приготування обідів). Зміни для бенкетів за потреби.
Водії/доставники	Перша зміна: 7:00 – 15:00. Друга зміна: 15:00 – 23:00. Додаткові зміни у вихідні за потреби.
Маркетолог, бухгалтер, логіст	Понеділок – п'ятниця: 9:00 – 18:00

Джерело: складено автором

В табл. 2.3 представлено графік роботи працівників підприємства. ФОП Цаплін працює цілодобово з понеділка по п'ятницю, з можливістю обслуговування у вихідні по попередньому замовленню, залежно від потреб клієнтів.

Розглянемо фінансові показники діяльності ФОП Цаплін, які дозволять оцінити ефективність діяльності підприємства. На рис. 2.3 представлена динаміка доходу від основної діяльності ФОП Цаплін.

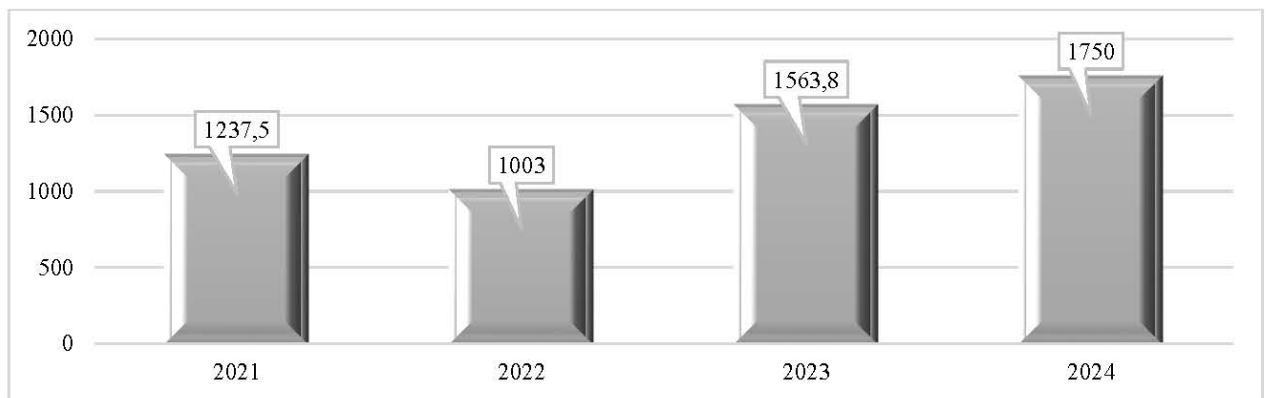


Рисунок 2.3 – Динаміка доходу від основної діяльності ФОП Цаплін, тис грн

Джерело: складено автором

Дохід від основної діяльності ФОП Цаплін демонструє позитивну динаміку. Після зниження в 2022 році до 1003 тис грн, дохід значно зріс у наступних роках, що свідчить про ефективні зміни в бізнес-процесах або розширення клієнтської бази. Зростання в наступних вказує на стабільне підвищення доходу від основної діяльності.

На формування чистого прибутку ФОП Цаплін суттєво впливають витрати підприємства. В табл. 2.4 представлено витрати ФОП Цаплін протягом 2021 – 2024 років. Загальні витрати підприємства збільшились на 44,02%, що свідчить про розширення діяльності та зростання витрат на сировину, персонал та рекламу. Найбільший приріст спостерігається в статті «Інші витрати», що свідчить про значне збільшення інвестицій у маркетинг та рекламу.

Таблиця 2.4 – Динаміка витрат ФОП Цаплін, грн

Показник	2021	2022	2023	2024	Відхилення 2024/2021	
					+, -	%
Витрати на сировину	540000	435000	645000	700000	+160000	+29,63
Витрати на персонал	312000	260000	375000	420000	+108000	+34,62
Оренда та комунальні послуги	152000	123000	184500	205000	+53000	+34,87
Інші витрати (реклама, маркетинг, транспорт тощо)	10000	85000	125000	135000	+125000	+1250
Всього	1014000	903000	1329500	1460000	+446000	+44,02

Джерело: складено автором

Попри зростання витрат протягом чотирьох років, підприємство продовжує демонструвати позитивний фінансовий результат, що свідчить про перевагу доходів над витратами. Це вказує на здатність підтримувати рентабельність навіть при збільшенні витрат. Така динаміка дозволяє підприємству стабільно розвиватися та адаптуватися до змін на ринку. Динаміка чистого прибутку підприємства представлена на рис. 2.4.

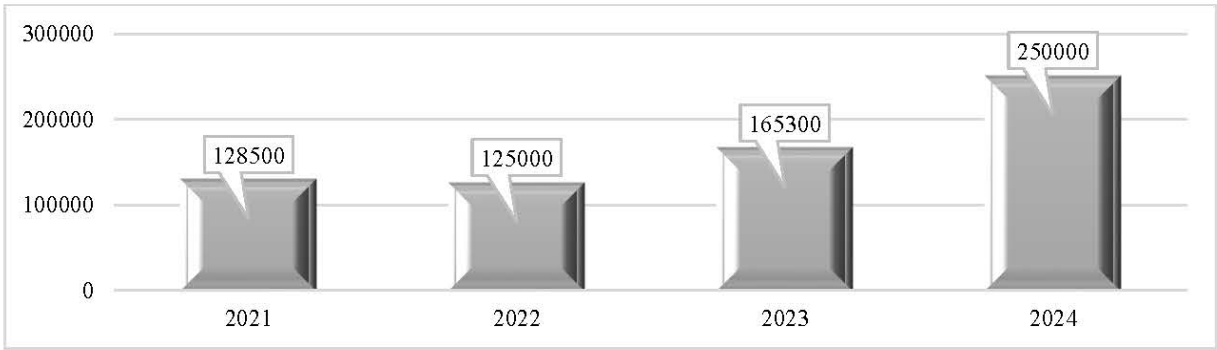


Рисунок 2.4 – Динаміка чистого прибутку ФОП Цаплін, грн

Джерело: складено автором

Чистий прибуток ФОП Цаплін демонструє поступове зростання, що свідчить про покращення фінансових результатів підприємства. Збільшення прибутку на 121500 грн за цей період вказує на ефективність стратегічних рішень та управлінських змін. Це також може бути результатом зростання обсягів продажів або оптимізації витрат, що позитивно позначилося на фінансовій стабільності бізнесу.

Показниками розвитку підприємства є кількість корпоративних замовлень та середній розмір замовлення. Обидва ці показники є важливими для оцінки ефективності стратегії залучення клієнтів та зростання доходів.

На рис. 2.5 представлена динаміка корпоративних замовлень та середній розмір замовлення протягом 2021 – 2024 років.

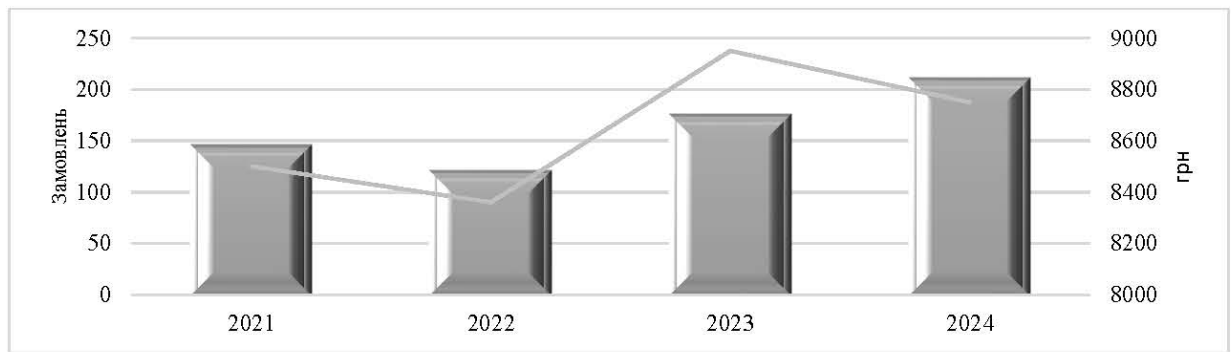


Рисунок 2.5 – Динаміка показників обсягу замовлень ФОП Цаплін

Джерело: складено автором

Спостерігається зростання кількості корпоративних замовлень, що свідчить про збільшення попиту на послуги підприємства, середній розмір замовлення залишався стабільним, з незначними коливаннями, що вказує на стабільність вартості послуг. Збільшення кількості замовлень в поєднанні зі сталим середнім розміром замовлення сприяє зростанню доходів та розвитку бізнесу.

Отже, ФОП Цаплін, яке займається наданням кейтерингових послуг, зокрема експрес-доставкою їжі для корпоративних клієнтів, акцентує увагу на традиційній українській кухні, пропонуючи автентичні страви з високоякісних натуральних інгредієнтів. Протягом останніх років ФОП Цаплін демонструє стабільне зростання доходів та прибутку, а також розширення клієнтської бази.

2.2 Особливості організації кейтерингових послуг на підприємстві

Система взаємодії між працівниками на ФОП Цаплін чітко організована, що забезпечує ефективну координацію на всіх етапах надання кейтерингових послуг. Власник контролює загальну стратегію та розвиток, тоді як менеджер з операційної діяльності відповідає за координацію роботи кухарів, помічників кухарів і логіста. Логіст відповідає за планування доставки, організовуючи роботу водіїв і кур'єрів. Маркетолог активно працює над залученням клієнтів і просуванням послуг, а бухгалтер забезпечує фінансову складову та правильне оформлення документів. Така структура дозволяє злагоджено працювати кожному підрозділу для досягнення високого рівня обслуговування клієнтів, а кейтерингові послуги на підприємстві ФОП Цаплін організовані таким чином, щоб забезпечити високу якість обслуговування клієнтів та ефективну логістику доставки замовлень.

Покроковий процес кейтерингових послуг з відповідальними особами представлено в додатку А. Цей процес включає кілька основних етапів, які показані рис. 2.6, що демонструє послідовність процесу – від прийому замовлення до його доставки клієнту.



Рисунок 2.6 – Основні етапи організації кейтерингових послуг

Джерело: складено автором

Прийом замовлення є першим і найважливішим етапом організації кейтерингових послуг, оскільки від точності переданої інформації залежить якість обслуговування клієнта. У ФОП Цаплін процес прийому замовлення організований таким чином, щоб забезпечити зручність для клієнтів та ефективність обробки даних і здійснюється наступними способами:

- телефонний дзвінок: клієнт телефонує та замовляє кейтеринг для корпоративного заходу, менеджер уточнює деталі, пропонує варіанти меню та надає попередній кошторис;
- онлайн-форма на сайті: замовник заповнює форму на сайті, менеджер отримує заявку, телефонує клієнту, уточнює деталі доставки та остаточно погоджує меню;
- особистий візит клієнта: замовник приходить до офісу ФОП Цаплін, щоб особисто обговорити деталі, обрати страви, уточнити оформлення тощо.

ФОП Цаплін орієнтується на надання кейтерингових послуг з акцентом на традиційну українську кухню, що враховується при складанні меню для різних типів клієнтів. В табл. 2.5 представлено основні категорії замовників, їхні запити та тенденції у виборі кейтерингових послуг, з якими укладено договори на регулярну доставку обідів. Вони представляють різні сфери діяльності, що свідчить про затребуваність кейтерингових послуг.

Таблиця 2.5 – Компанії, з якими укладено договір на доставку їжі

Замовник	Кількість осіб	Період доставки	Тип їжі
ІТ-компанія «TechDev»	10 – 15 осіб	понеділок – п'ятниця	Домашні вареники, деруни, борщ, узвар, сирники
Фінансова компанія «FinTech»	10 – 15 осіб	понеділок – п'ятниця	Гречаники, банош з бринзою, домашня випічка, узвар
Юридична фірма «Lex Solutions»	5 – 8 осіб	понеділок – п'ятниця	Канাপки з салом і чорним хлібом, крученики, налисники
Медичний центр «HealthCare»	10 – 15 осіб	понеділок – п'ятниця	Овочеві салати, українські супи, квашена капуста, кисіль
Агенція «Creative Minds»	10 – 12 осіб	понеділок – п'ятниця	Запечене м'ясо, галушки, вареники з різними начинками, компот із сухофруктів

Джерело: складено автором

Найпопулярнішими стравами серед замовників є вареники, борщ, деруни, гречаники та домашня випічка, що свідчить про високий попит на автентичні національні страви. Регулярні замовлення протягом робочого тижня забезпечують стабільний попит та дозволяють планувати ефективну логістику доставки.

Використання традиційних українських страв у меню дозволяє підкреслити унікальність пропозиції, створюючи конкурентну перевагу. В табл. 2.6 представлено компанії, з якими укладено договір на обслуговування заходів (кейтеринг для подій) протягом 2024 року.

Таблиця 2.6 – Компанії, з якими укладено договір на обслуговування заходів протягом 2024 року

Замовник	Тип заходу	Кількість осіб	Дата заходу	Замовлені страви (Меню)
«Global Distribution»	Корпоративний захід, тренінг	30 осіб	20.03.2024	Фуршет: канапе з салом і чорним хлібом, міні-салати, домашні пиріжки, деруни, узвар, кава, десерти.
Освітній центр «SkillUp»	Тренінг для співробітників	15 осіб	08.06.2024	Ланч-бокси: вареники з картоплею, гречаники, салати, сирники, кисіль, чай.
Агенція «DesignHub»	Креативний захід, презентація	18 осіб	15.09.2024	Канапе з оселедцем, українські міні-салати, домашня випічка, сирна тарілка, узвар, кава, чай.
Туристична агенція «TravelPro»	Презентація нових турів	15 осіб	20.07.2024	Ланч-бокси: деруни зі сметаною, салати, сезонні фрукти, печиво, компот.
Міжнародна корпорація «GlobalTech»	Конференція, зустріч топ-менеджменту	100 осіб	12.09.2024	Фуршет: борщ у склянках, домашня випічка, канапе з червоною ікрою, сирна тарілка, налисники, узвар, кава.

Джерело: складено автором

Адаптація меню під традиційну українську кухню дозволяє не лише зберегти автентичність страв, а й задовольнити попит на натуральні та

знайомі смаки серед клієнтів. Такий підхід допомагає створити унікальну пропозицію для клієнтів і підтримати національні гастрономічні традиції.

Після підтвердження замовлення розпочинається етап його підготовки «Розробка меню та підготовка», який включає три ключові складові: обговорення меню, підготовку інгредієнтів та закупівлю товарів.

Меню, яке пропонує ФОП Цаплін для своїх замовників представлено в додатку Б. Воно орієнтоване на українську кухню, враховує потреби корпоративних клієнтів у різних форматах харчування та включає збалансовані сніданки, ситні обіди та варіанти кейтерингу для заходів, таких як презентації, тренінги, фуршети та кава-брейки. Завдяки різноманітності страв та використанню натуральних продуктів, кейтеринг забезпечує смачне та якісне харчування для будь-якої події. Для ефективної роботи кейтерингу важливо розуміти вподобання клієнтів і пропонувати найбільш популярні страви. На рис. 2.7 наведено розподіл популярності страв серед замовників.

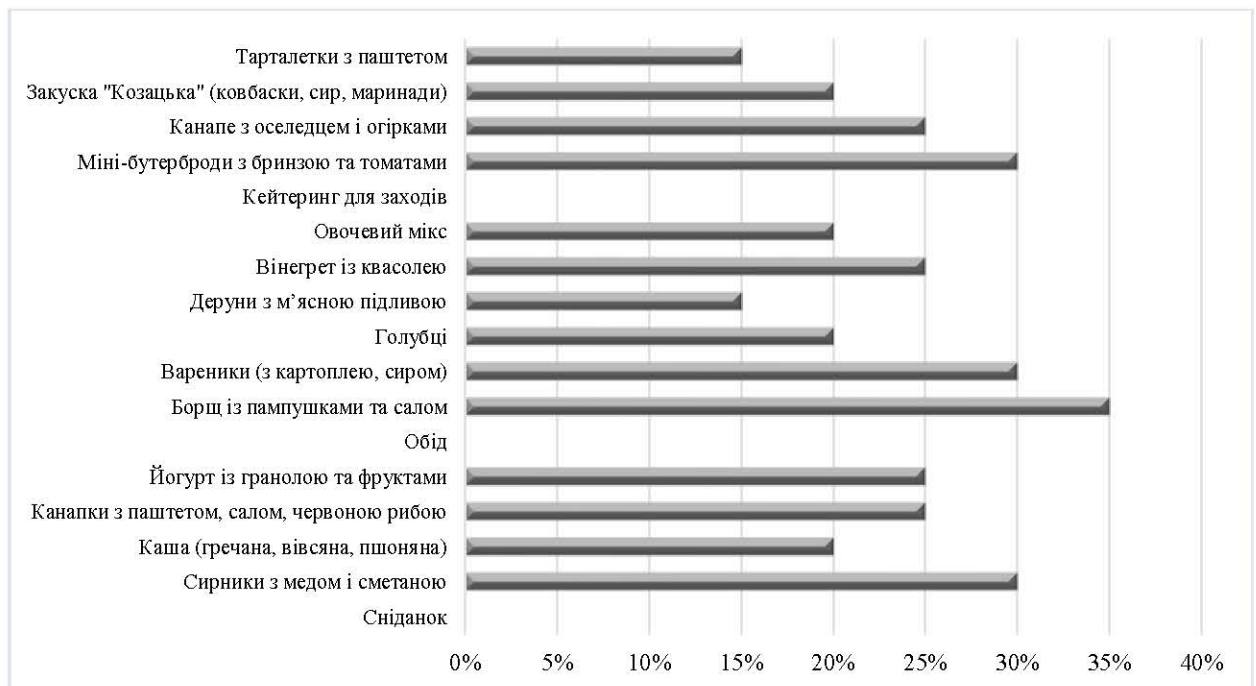


Рисунок 2.7 – Популярність страв у кейтерингу для клієнтів ФОП Цаплін, %

Джерело: складено автором

Аналіз популярності страв показує, що найбільш затребуваними серед клієнтів є традиційні українські страви, зокрема борщ (35%), вареники (30%) та сирники (30%). Також високим попитом користуються канапе та міні-бутерброди (30%), що є зручним вибором для заходів. Особливу увагу слід приділити напоям, адже кавовий та чайний бар має найвищий рейтинг (40%), що свідчить про його важливість під час перерв та фуршетів. Враховуючи ці показники, можна коригувати меню, роблячи акцент на найпопулярніші позиції та пропонуючи їх у розширеному асортименті.

Підготовка інгредієнтів і закупівля товарів для ФОП Цаплін є структурованим і продуманим процесом, який враховує не тільки вимоги до якості, а й до фінансового планування. Він включає оцінку потреб на основі меню та заходів, вибір постачальників, що забезпечують якісні продукти, а також закупівлю за попередньо визначеними списками. Закупівля продуктів здійснюється відповідно до попередньо узгодженого меню. Основні принципи вибору сировини:

- використання свіжих та якісних продуктів, що мають сертифікати відповідності;
- орієнтація на локальних виробників, що забезпечує натуральність та традиційний смак українських страв;
- урахування сезонності: влітку – більше овочів та фруктів, взимку – соління, квашені продукти, запечені м'ясні страви.

Наприклад, для замовлення на корпоративний фуршет закупаються домашні сири, свіжа зелень, фермерське м'ясо для запечених рулетів, борошно для вареників та сезонні овочі для салатів.

Закупівля здійснюється як оптом, так і роздрібно, залежно від обсягу замовлень. Інгредієнти зберігаються відповідно до стандартів (охолодження або заморожування), а перед використанням проходять необхідну обробку. Всі закупівлі фіксуються в обліковій системі для забезпечення правильного контролю витрат і звітності.

На наступному етапі розпочинається приготування їжі. Необхідною умовою для цього виступає матеріально-технічну базу, оскільки вона забезпечує можливість ефективного приготування страв.

Приміщення ФОП Цаплін включає кілька важливих зон для ефективної роботи підприємства. Кухня (виробниче приміщення) мають площу від 100 м² і забезпечуються необхідні умови, такі як вентиляція та кондиціонування. Також окремо є зона для отримання замовлень і складування готової їжі. Складські приміщення для зберігання продуктів оснащені холодильниками та морозильниками та передбачено місце для зберігання упаковки, такого як контейнери, коробки і стаканчики.

Офісні приміщення, площею 30 м², забезпечені місцем для менеджера з операційної діяльності, бухгалтера, логіста та маркетолога.

Важливою складовою є оснащення кухні відповідним обладнанням для приготування традиційних страв української кухні та збереження якості продуктів при доставці. ФОП Цаплін володіє сучасною матеріально-технічною базою, яка забезпечує ефективну роботу кейтерингового сервісу (додатку В). Основними її складовими є:

- кухонне обладнання: професійні плити, печі, пароконвектомати, міксери, холодильні та морозильні камери для зберігання продуктів;
- зона підготовки сировини: окремі ділянки для обробки овочів, м'ясних і рибних продуктів, що відповідають санітарним нормам;
- обладнання для термічної обробки: жарові поверхні, парові котли, електрофритюрниці, що дозволяють приготувати традиційні українські страви (борщ, вареники, гречаники, деруни);
- пакувальна зона: вакуумні пакувальні машини, термоконтейнери, екологічні одноразові упаковки для доставки страв.

Процес приготування їжі проходить за такими етапами:

- обробка сировини – миття, нарізання, підготовка до термічної обробки;

- приготування відповідно до технологічних карт – дотримання рецептури, температурного режиму та послідовності процесів;
- контроль якості – перевірка смакових характеристик, оформлення страв відповідно до стандартів подачі;
- охолодження та пакування (якщо потрібно) – використання вакуумної упаковки або герметичних контейнерів.

Для забезпечення високої якості послуг і дотримання норм законодавства, ФОП Цаплін дотримується вимог пожежної безпеки, охорони праці та санітарії, зокрема щодо фільтрації води.

В Україні питання пожежної безпеки регулюються Законом України «Про пожежну безпеку», а також низкою Державних будівельних норм (ДБН), Технічних регламентів та пожежних інструкцій. Для забезпечення пожежної безпеки на ФОП Цаплін регулярно перевіряються обладнання та електричні прилади, щоб уникнути несправностей. Також забезпечується наявність вогнегасників у всіх зонах підвищеного ризику та встановлюється система пожежної сигналізації для раннього виявлення небезпеки. Працівники проходять навчання з дій у разі пожежі, зокрема з використання вогнегасників та евакуації. Горючі матеріали зберігаються в спеціально відведених місцях, далеких від джерел тепла. Регулярні перевірки та аудит безпеки дозволяють своєчасно виявляти ризики та вживати відповідні заходи.

Охорона праці регулюється Законодавством України про охорону праці, а також відповідними нормами безпеки для харчової промисловості. Заходи щодо охорони праці на ФОП Цаплін включають регулярне навчання працівників з безпечного використання обладнання та дій у надзвичайних ситуаціях. Працівників забезпечують засобами індивідуального захисту, такими як рукавички, фартухи та захисне взуття. Організуються безпечні умови праці, зокрема належне освітлення, вентиляція та комфортне робоче місце. Проводяться регулярні перевірки обладнання для запобігання аваріям

та травмам. Також дотримується санітарно-гігієнічних норм, забезпечуючи працівників необхідними засобами для підтримки чистоти і гігієни.

Одним із важливих аспектів охорони праці є забезпечення чистоти та якості води, оскільки вона безпосередньо впливає на безпеку працівників і якість приготованої їжі. На ФОП Цаплін для забезпечення чистоти та якості води встановлені ефективні системи фільтрації, що дозволяють отримати воду, яка відповідає санітарним та гігієнічним вимогам. Регулярно перевіряється стан фільтраційних систем, щоб запобігти накопиченню шкідливих домішок. Крім того, на підприємстві проводяться моніторинги якості води, що використовується для приготування їжі та напоїв, щоб гарантувати її безпеку для здоров'я працівників і клієнтів.

Пакування та логістика на ФОП Цаплін є ключовими етапами для забезпечення своєчасної доставки готових страв та їх збереження в належному вигляді. Готові страви герметично упаковуються в спеціальні контейнери, що забезпечують оптимальну температуру та свіжість їжі під час транспортування. Для цього використовуються контейнери, що мають термоізоляційні властивості, що дозволяє зберігати правильну температуру страв (гарячі або холодні) до моменту доставки.

На цьому етапі здійснюється:

- контроль якості та комплектації замовлення: перевіряється відповідність замовлених страв, правильність упаковки та маркування;
- завантаження продукції у спеціально обладнаний транспорт.

Для доставки замовлень використовуються транспортні засоби, які мають необхідне обладнання для збереження температури, як то спеціальні холодильні машини або термоконтейнери. На ФОП Цаплін для цих цілей використовується автопарк, що складається з трьох одиниць транспорту для доставки кейтерингових послуг, оснащених відповідними термоконтейнерами для збереження якості продуктів.

Також для доставки замовлень на ФОП Цаплін використовується доставка через кур'єрські служби, що дозволяє забезпечити швидку і зручну

доставку замовлень до клієнтів. Це дає можливість охоплювати ширшу географію доставки і гарантує оперативність, особливо коли власний транспорт не може бути задіяний. Кур'єрські служби також зручні для доставки дрібних замовлень чи в тих випадках, коли потрібно доставити замовлення в короткий термін.

Завершальним етапом організації кейтерингових послуг на ФОП Цаплін є отримання зворотного зв'язку, що є важливим аспектом для підтримки високої якості обслуговування клієнтів. Це дозволяє не тільки визначити сильні сторони діяльності, але й виявити можливі проблеми, з якими можуть стикатися клієнти. Для дослідження якості обслуговування та отримання зворотного зв'язку на ФОП Цаплін опитування проводиться один раз на рік зазвичай через гугл-форму на сайті або, за необхідності, через паперові анкети. Відповідальність за проведення опитування маркетолог. Регулярний аналіз отриманого зворотного зв'язку дозволяє коригувати процеси, покращувати обслуговування та підвищувати задоволеність клієнтів.

Отже, особливості організації кейтерингових послуг на підприємстві ФОП Цаплін зосереджуються на чіткій взаємодії між працівниками, що забезпечує ефективність на всіх етапах процесу. Прийом замовлення, розробка меню, закупівля продуктів та підготовка страв здійснюються згідно з чітким планом, орієнтуючись на потреби корпоративних клієнтів та традиційну українську кухню. Для задоволення попиту на національні страви, такі як борщ і вареники, підприємство адаптує меню та враховує сезонність і вподобання клієнтів. Важливу роль відіграють сучасне обладнання та ефективна логістика для своєчасної доставки. Завдяки надійним системам упаковки та транспортування, ФОП Цаплін гарантує збереження якості страв до моменту їх доставки. Водночас, система зворотного зв'язку дозволяє постійно покращувати якість послуг та підтримувати високий рівень задоволення клієнтів.

2.3 Дослідження ефективності управління кейтеринговими послугами

Ефективність управління кейтеринговими послугами є ключовим фактором для досягнення конкурентоспроможності та задоволення потреб клієнтів у цій галузі. Дослідження цього аспекту має на меті оцінити поточний стан організації процесів на підприємстві та визначити, які технології й управлінські практики можуть покращити результативність.

Один із найбільш інформативних інструментів для оцінки ефективності управління кейтеринговими послугами – це опитування клієнтів, яке дозволяє безпосередньо дізнатися думку споживачів щодо якості обслуговування, своєчасності доставки, рівня задоволення від страв і загального досвіду співпраці з підприємством.

Також важливо проводити аналіз фінансових показників, що дозволяє оцінити витрати, прибутковість і рентабельність кейтерингових послуг на підприємстві.

Водночас враховувається й аналіз конкурентного середовища, який дозволить порівняти показники досліджуваного підприємства з іншими гравцями на ринку, що дасть змогу виявити як сильні, так і слабкі сторони вашого бізнесу.

Як було зазначено вище, на ФОП Цаплін один раз на рік проводиться опитування серед замовників. Мета опитування – вивчити досвід клієнтів, їхню задоволеність і визначити можливі області для покращення обслуговування. Останнє опитування було проведено у жовтні 2024 року з використанням гугл форми на сайті підприємства. В опитуванні прийняло участь 64 особи. Опитування проводилось як серед корпоративних клієнтів, так і серед фізичних осіб. Зразок анкети для оцінки якості обслуговування та ефективності логістики і доставки представлена в додатку Г.

В табл. 2.7 представлено варіанти відповідей щодо якості обслуговування. Згідно з результатами опитування, більшість клієнтів оцінили якість обслуговування на рівні «Добре» (43,3%) та «Відмінно»

(25,7%). Найменший показник має категорія «Погано» (6%), що свідчить про загальну задоволеність клієнтів. Водночас варто звернути увагу на комунікацію з підприємством, де показник «Задовільно» (25%) є відносно високим, що може вказувати на необхідність подальшого вдосконалення сервісу.

Таблиця 2.7 – Результати опитування щодо якості обслуговування, %

Питання	Погано	Задовільно	Добре	Відмінно
Оцінка якості обслуговування працівниками	8	25	40	27
Оцінка зручності комунікації з компанією	10	30	40	20
Оцінка процесу оформлення замовлення	-	20	50	30
Загальна оцінка послуг	6,0	22,0	43,3	25,7

Джерело: складено автором

В табл. 2.8 представлено варіанти відповідей щодо транспортування (доставка, упаковка, температурний режим).

Таблиця 2.8 – Результати опитування щодо транспортування, %

Питання	Погано	Задовільно	Добре	Відмінно
Оцінка швидкості виконання замовлення	-	15	45	30
Оцінка якості упаковки	12	25	35	28
Чи була їжа теплою при отриманні?	-	60	30	10
Чи отримали достатньо інформації про доставку?	10	30	55	5
Загальна оцінка послуг	5,5	32,5	41,25	18,25

Джерело: складено автором

За результатами опитування, найкращі оцінки отримали швидкість виконання замовлення та якість упаковки, з показниками «Добре» та «Відмінно» на рівні 75% та 63% відповідно. Проблеми виникають у доставці

їжі, оскільки 60% респондентів зазначили, що їжа була холодною, що свідчить про потребу в покращенні процесів транспортування та підтримання температури. Більшість респондентів (55%) отримали достатньо інформації про доставку, що є позитивним сигналом для комунікації з клієнтами. Загалом, послуги оцінені задовільно, але є значні області для покращення, особливо в швидкості та температурі їжі при доставці. Для поліпшення якості послуг варто зосередитися на прискоренні доставки та покращенні контролю за температурою при транспортуванні.

На питання «Як ви оцінюєте наші ціни в порівнянні з іншими постачальниками на ринку?» третина клієнтів вважає, що ціни завищені (рис. 2.8), а тому варто переглянути стратегію ціноутворення або запровадити бонуси для постійних клієнтів.

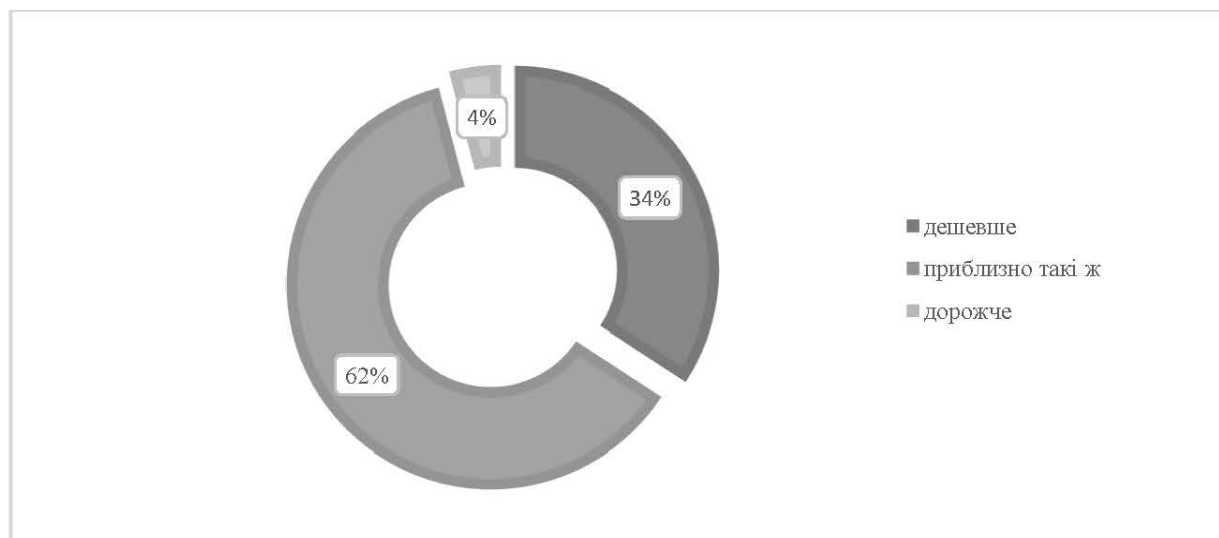


Рисунок 2.8 – Відповіді на питання «Як ви оцінюєте наші ціни в порівнянні з іншими постачальниками на ринку?», %

Джерело: складено автором

40% корпоративних клієнтів незадоволені кейтеринговими послугами свідчить про проблеми в обслуговуванні бізнес-сегменту (рис. 2.9). Необхідно переглянути підходи до співпраці з корпоративними клієнтами, можливо, запропонувати індивідуальні умови.

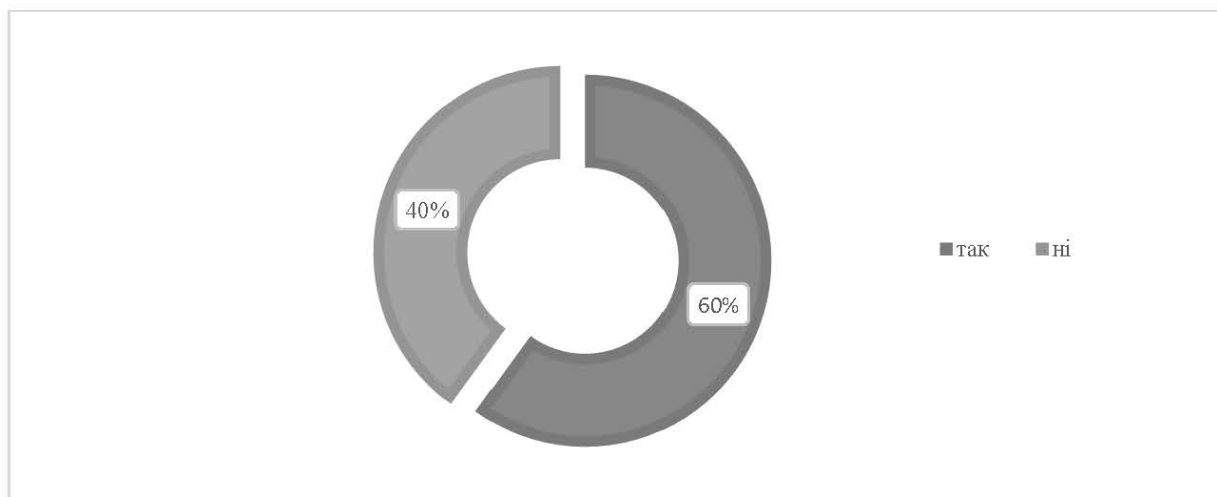


Рисунок 2.9 – Відповіді на питання «Чи задоволені ви нашими послугами для корпоративних заходів (якщо ви замовляли для таких)?», %

Джерело: складено автором

На питання «Чи планують клієнти звертатися знову?» 30% клієнтів не впевнені або не хочуть повертатися (рис. 2.10), а це свідчить про необхідність покращення сервісу та програм лояльності.

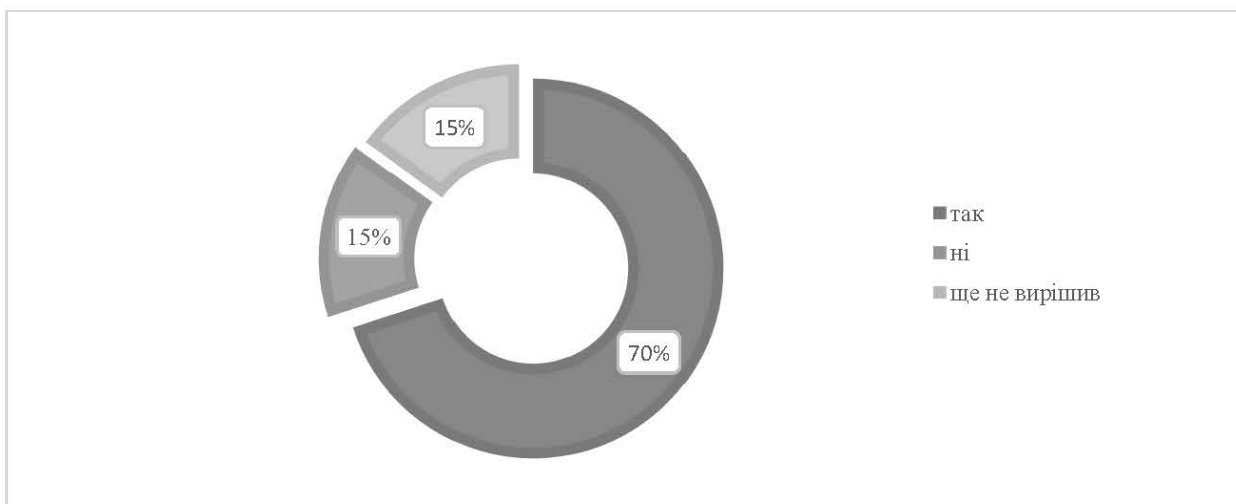


Рисунок 2.10 – Відповіді на питання «Чи планують клієнти звертатися знову?», %

Джерело: складено автором

Отже, на рис. 2.11 представлено перелік проблем, які було виявлено на ФОП Цаплін щодо організації кейтерингових послуг.

Недостатнє інформування клієнтів про процес доставки

- 35% респондентів зазначили, що інформація про доставку була неповною, а 5% не отримали достатньої інформації взагалі.

Запізнення з виконанням замовлень

- 35% клієнтів вказали, що доставка була запізнена або тривала занадто довго, що може негативно впливати на рівень довіри до сервісу.

Проблеми з температурою їжі при доставці

- 60% респондентів зазначили, що їжа була холодною при отриманні, що вказує на необхідність покращення контролю температурного режиму під час транспортування.

Неудовolenня корпоративних клієнтів

- 40% корпоративних клієнтів виявили незадоволення кейтеринговими послугами, що вказує на потребу в удосконаленні обслуговування бізнес-сегменту.

Невдоволення цінами

- 33% клієнтів вважають, що ціни на послуги завищені, що вказує на потребу перегляду стратегії ціноутворення або введення бонусів для постійних клієнтів.

Рисунок 2.11 – Перелік проблем, які було виявлено на ФОП Цаплін щодо організації кейтерингових послуг

Джерело: складено автором

Далі розглянемо показники рентабельність продажів та рентабельність витрат ФОП Цаплін протягом 2021 – 2024 років.

Рентабельність продажів (ROS) визначається за формулою (2.1):

$$ROS = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{дохід}} * 100\% \quad (2.1)$$

Рентабельність витрат (ROI) визначається за формулою (2.2):

$$ROI = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{сума витрат}} * 100\% \quad (2.2)$$

В табл. 2.9 представлена динаміка розрахованих показників рентабельності продажів та рентабельності витрат.

Таблиця 2.9 – Показники рентабельності ФОП Цаплін

Рік	Дохід від основної діяльності, тис грн	Сума витрат, тис грн	Чистий прибуток, тис грн	ROS, %	ROI, %
2021	1237,5	1109,0	128,5	10,4	11,6
2022	1003,0	903,0	125,0	12,5	13,8
2023	1563,8	1329,5	165,3	10,6	12,4
2024	1750,0	1460,0	250,0	14,3	17,1

Джерело: складено автором

Аналіз показників рентабельності свідчить про стабільне зростання доходу, який у 2024 році досяг 1750 тис. грн. Витрати також зростали, проте чистий прибуток суттєво збільшився, що вказує на покращення ефективності бізнесу. Показник ROS зріс з 10,4% до 14,3%, що демонструє підвищення прибутковості продажів. ROI також покращився, досягнувши 17,1% у 2024 році, що свідчить про ефективніше використання інвестицій. Фінансова динаміка позитивна, що говорить про зміцнення позицій підприємства.

В табл. 2.10 представлено результати SWOT-аналізу, з якого можна зробити висновок, що ФОП Цаплін має сильні сторони: організація роботи, стабільні корпоративні клієнти та популярність української кухні, що забезпечує постійну затребуваність послуг. Однак, існують значні слабкі сторони: проблеми з доставкою, температурою їжі та комунікацією, що потребують покращення. Враховуючи результати опитування, підприємству слід звернути увагу на удосконалення упаковки та зниження вартості послуг для покращення конкурентоспроможності. Крім того, є значні можливості для розвитку, зокрема через розширення корпоративного сегменту та впровадження програм лояльності для залучення повторних клієнтів. Загалом, для підвищення рівня задоволення клієнтів і стабільності бізнесу необхідно зосередитися на покращенні сервісу та оптимізації цінової політики.

Отже, дослідження ефективності управління кейтеринговими послугами на ФОП Цаплін показало, що підприємство має стабільний розвиток, однак стикається з деякими викликами, зокрема в аспектах доставки та комунікації.

Таблиця 2.10 – SWOT-аналіз ФОП Цаплін

Фактор впливу	Опис
Сильні сторони	Чітка організація роботи – ефективна взаємодія між працівниками забезпечує злагоджену роботу всіх підрозділів. Популярність традиційної української кухні – висока затребуваність борщу, вареників, дерунів та інших страв. Стабільні корпоративні клієнти – укладені договори з ІТ-компаніями, юридичними фірмами, фінансовими та медичними установами. Ріст прибутковості – зростання рентабельності продажів (ROS) і рентабельності витрат (ROI) з 2021 по 2024 рік. Наявність власного автопарку – забезпечує контроль над логістикою доставки.
Слабкі сторони	Проблеми з доставкою – 30% клієнтів отримали охолоджену їжу, що свідчить про необхідність покращення термоізоляції та контролю температури. Низький рівень комунікації – 25% клієнтів вважають процес зв'язку незручним, що потребує покращення каналів комунікації. Якість упаковки – 20% клієнтів незадоволені упаковкою, що вимагає покращення матеріалів і стандартів пакування. Завищена вартість для частини клієнтів – 20% клієнтів вважають ціни вищими за ринок, що може впливати на конкурентоспроможність.
Можливості	Розширення корпоративного сегменту – можливість укладання нових договорів із компаніями для регулярної доставки обідів. Поліпшення маркетингових інструментів – активніше використання соціальних мереж, реклами та акцій для залучення клієнтів. Автоматизація процесів – впровадження онлайн-відстеження замовлень та автоматизованої системи обробки заявок. Розширення асортименту – додавання нових страв та варіантів меню відповідно до запитів клієнтів. Запуск програм лояльності – знижки та бонуси для постійних клієнтів допоможуть підвищити рівень повторних замовлень.
Загрози	Конкуренція на ринку – поява нових кейтерингових компаній із гнучкішою ціновою політикою. Зростання вартості продуктів – вплив економічної ситуації на собівартість страв. Зміни в законодавстві – можливе посилення регулювання у сфері харчування та доставки. Зміна вподобань клієнтів – можливий перехід споживачів до інших форматів харчування (наприклад, готових страв із супермаркетів).

Джерело: складено автором

Аналіз опитувань клієнтів виявив проблеми з температурним режимом страв під час доставки, якість упаковки та рівень комунікації, що потребує удосконалення. Незважаючи на це, фінансові показники демонструють позитивну динаміку зростання прибутковості та рентабельності. Враховуючи виявлені недоліки, підприємству слід зосередитись на покращенні контролю температури їжі, удосконаленні упаковки та розвитку більш ефективних каналів комунікації. Також важливим є перегляд цінової політики та впровадження програм лояльності для підвищення конкурентоспроможності та залучення повторних клієнтів.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 2

За результатами другого розділу отримано наступні висновки.

1. Виявлено, що ФОП Цаплін, яке займається наданням кейтерингових послуг, зокрема експрес-доставкою їжі для корпоративних клієнтів, акцентує увагу на традиційній українській кухні, пропонуючи автентичні страви з високоякісних натуральних інгредієнтів. Протягом останніх років ФОП Цаплін демонструє стабільне зростання доходів та прибутку, а також розширення клієнтської бази.

2. З'ясовано, що особливості організації кейтерингових послуг на підприємстві ФОП Цаплін зосереджуються на чіткій взаємодії між працівниками, що забезпечує ефективність на всіх етапах процесу. Прийом замовлення, розробка меню, закупівля продуктів та підготовка страв здійснюються згідно з чітким планом, орієнтуючись на потреби корпоративних клієнтів та традиційну українську кухню. Для задоволення попиту на національні страви, такі як борщ і вареники, підприємство адаптує меню та враховує сезонність і вподобання клієнтів. Важливу роль відіграють сучасне обладнання та ефективна логістика для своєчасної доставки. Завдяки надійним системам упаковки та транспортування, ФОП Цаплін гарантує збереження якості страв до моменту їх доставки. Водночас, система зворотного зв'язку дозволяє постійно покращувати якість послуг та підтримувати високий рівень задоволення клієнтів.

3. Дослідження ефективності управління кейтеринговими послугами показало, що підприємство має стабільний розвиток, проте стикається з певними викликами. Аналіз опитувань клієнтів виявив проблеми з температурним режимом страв під час доставки, якістю упаковки та рівнем комунікації. Враховуючи виявлені недоліки, підприємству слід зосередитись на покращенні контролю температури їжі, удосконаленні упаковки та розвитку більш ефективних каналів комунікації. Також важливим є перегляд цінової політики та впровадження програм лояльності для підвищення конкурентоспроможності та залучення повторних клієнтів.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ КЕЙТЕРИНГОВИХ ПОСЛУГ ФОП ЦАПЛІН

3.1 Пропозиції щодо оптимізації управління та організації кейтерингових послуг

Провівши оцінку ефективності організації та управління ФОП Цаплін в умовах сучасної конкуренції в попередньому розділі, було виявлено наступні проблеми: низька якість упаковки та проблеми із температурним режимом страв, недостатня комунікація з клієнтами, завищена вартість послуг для частини клієнтів, низька задоволеність корпоративних клієнтів, недостатня клієнтська лояльність. Щоб ефективно вирішити окреслені проблеми, важливо впровадити комплексний підхід, орієнтуючись на потреби клієнтів та конкурентне середовище. У табл. 3.1 представлені основні шляхи вирішення окреслених проблем.

Розглянемо більш докладно кожен з напрямків, які допоможуть в досягненні оптимізації управління та організації кейтерингових послуг на ФОП Цаплін.

Покращення якості упаковки та температурного режиму включає кілька ключових напрямків, що допоможуть підвищити ефективність доставки та зберегти високу якість страв. Це інвестиції в нові матеріали упаковки, зокрема термопакети або термосумки для доставки, які мають сертифікати, що підтверджують збереження температури їжі до 2 – 3 годин, є першим важливим кроком. Це дозволить значно покращити умови для доставки страв. Наприклад, можна закупити упаковки від бренду, що спеціалізується на кейтеринговій тарі, яка здатна підтримувати оптимальну температуру продуктів.

Таблиця 3.1 – Шляхи вирішення проблем у кейтерингових послугах на ФОП Цаплін

Проблема	Шляхи вирішення
Низька якість упаковки та проблеми з температурним режимом	Запровадження системи контролю температури під час транспортування (наприклад, використання спеціальних термометрів для моніторингу температури страв). Проведення тестових доставок з різними варіантами упаковки та термоізоляції для вибору оптимальних рішень.
Слабка комунікація з клієнтами	Створення автоматизованої системи для обробки запитів та коментарів клієнтів з можливістю миттєвого реагування. Впровадження чат-ботів для покращення обслуговування через онлайн-канали, що зменшить навантаження на персонал.
Цінова політика	Введення гнучкої цінової політики в залежності від сезонних змін або обсягів замовлення. Проведення регулярних опитувань клієнтів про їхнє ставлення до ціноутворення та конкурентів.
Низька задоволеність корпоративних клієнтів	Розробка спеціальних пакетів для корпоративних клієнтів, що включатимуть не тільки обслуговування, а й додаткові переваги, наприклад, персоналізовані меню чи спеціальні умови доставки. Регулярний моніторинг задоволеності корпоративних клієнтів і запровадження зворотного зв'язку для постійного вдосконалення послуг.
Недостатня клієнтська лояльність	Розробка інтегрованої програми лояльності, що дозволяє клієнтам накопичувати бали не тільки за повторні замовлення, а й за відгуки та рекомендації. Створення «реферальної» програми для залучення нових клієнтів через існуючих користувачів, що допоможе збільшити лояльність.

Джерело: складено автором

Також вдосконалення термоізоляції упаковки можна здійснити шляхом тестування нових варіантів упаковки на основі відгуків клієнтів. Для цього варто використовувати анкети після замовлення, щоб дізнатися, чи була їжа теплою та чи не змінила текстуру під час доставки. Одним із варіантів є додавання додаткових термопакетів до кожного замовлення.

Для покращення часу доставки можна впровадити систему GPS-навігації для водіїв, що дозволить вибрати найшвидші маршрути доставки. Це допоможе зменшити час, який витрачається на транспортування їжі, і забезпечить її доставку в оптимальних умовах. Використання систем оптимізації маршрутів дозволить скоротити час доставки до мінімуму, що в свою чергу підвищить загальний рівень задоволеності клієнтів.

Покращення комунікації з клієнтами є важливим аспектом для забезпечення високого рівня задоволення від обслуговування та підтримання лояльності. Одним із кроків є розширення каналів комунікації, наприклад, створення онлайн-чату на сайті та в мобільному додатку компанії, через який клієнти можуть швидко отримувати консультації, ставити питання або відслідковувати статус своїх замовлень у реальному часі. Інтеграція чату з популярними месенджерами, такими як Telegram або WhatsApp, дозволить забезпечити зручне та швидке взаємодія з клієнтами.

Для підвищення комунікабельності персоналу можна провести регулярні тренінги, на яких співробітники навчатимуться, як ефективно та ввічливо відповідати на запити клієнтів. Окрім того, доцільно розробити внутрішні навчальні курси або відео-уроки, щоб працівники могли удосконалювати свої навички, що покращить взаємодію з клієнтами.

Для ефективного управління ціновою політикою необхідно регулярно проводити аналіз цін конкурентів. Це дозволить з'ясувати середню ціну за аналогічні послуги на ринку. Для цього можна використовувати спеціалізовані платформи або сервіси для моніторингу цін, такі як Priceza або Прейс-Монітор, щоб порівнювати ціни з пропозиціями конкурентів та коригувати свою стратегію.

Запровадження акцій та знижок є ефективним інструментом для залучення нових клієнтів і стимулювання повторних покупок. Наприклад, можна запропонувати знижку на перше замовлення в розмірі 10% або організувати акцію "доставка безкоштовно для замовлень понад 1000 грн". Крім того, важливо впровадити систему лояльності для постійних клієнтів, надаючи знижки на наступні замовлення після досягнення певної кількості виконаних замовлень.

Покращення обслуговування корпоративних клієнтів включає індивідуальний підхід та додаткові послуги. Для великих корпоративних клієнтів можна розробити спеціальні меню, враховуючи їхні потреби та вподобання. Це може бути меню для вегетаріанців, людей із харчовими

обмеженнями або спеціальними дієтами. Окрім цього, доцільно створити пакети послуг, які включають знижки та бонуси для великих замовлень, що допоможе забезпечити високий рівень задоволення клієнтів і сприятиме довгостроковим партнерським стосункам. Для корпоративних клієнтів можна забезпечити швидку доставку спеціальних страв за вимогою, що зробить обслуговування ще більш зручним і привабливим.

Впровадження програм лояльності допоможе зберегти клієнтів і підвищити їхню зацікавленість у повторних замовленнях.

Створення системи накопичувальних балів є важливим кроком. Наприклад, за кожні 1000 грн витрачених на замовлення клієнт отримує 100 балів, які можна використати для отримання знижок або подарунків. Програма лояльності також може включати "подарунки до свята" для клієнтів, які роблять великі замовлення.

Персоналізація обслуговування на основі попередніх замовлень дозволить компанії запропонувати індивідуальні рекомендації. Наприклад, якщо клієнт замовляв страви для веганів, йому можна надіслати спеціальні пропозиції або новини щодо веганських страв, що з'явилися в меню. Такий підхід підвищить рівень задоволення клієнтів і сприятиме розвитку довгострокових відносин з ними.

Отже, для вирішення виявлених проблем запропоновано комплексний підхід, включаючи інвестиції в нові матеріали упаковки, оптимізацію температурного режиму через термопакети та системи GPS-навігації для зниження часу доставки. Важливим кроком є покращення комунікації з клієнтами через створення онлайн-чатів або чат-ботів та проведення тренінгів для персоналу. Запровадження гнучкої цінової політики, акцій та системи лояльності допоможе залучити нових клієнтів та збільшити повторні замовлення. Для корпоративних клієнтів доцільно розробити спеціалізовані пакети з бонусами та додатковими послугами, що підвищать їх задоволеність і лояльність.

3.2 Оцінка ефективності запропонованих заходів

Визначивши основні проблеми щодо управління та організації кейтерингових послуг на ФОП Цаплін та окресливши шляхи їх вирішення проведемо аналіз ефективності запропонованих заходів, щоб оцінити їхній вплив на ключові показники діяльності підприємства.

Інвестиції для покращення якості упаковки та температурного режиму:

- вартість термопакетів або термосумок для доставки: приблизно 10 – 20 грн за одиницю упаковки;
- вартість додаткових термопакетів або вдосконалення термоізоляції: 5 – 10 грн на кожне замовлення;
- витрати на впровадження GPS-навігації для водіїв: приблизно 5000 – 10000 грн (для закупівлі програмного забезпечення або платформи оптимізації маршрутів).

Оцінка економічного ефекту.

Збільшення кількості повторних замовлень: очікуване зростання повторних замовлень на 10 – 15%. Якщо середній дохід з одного замовлення складає 150 грн, то кожен 10% приріст – це додаткові 15 грн за кожен продаж. Якщо кількість замовлень на місяць становить 200 замовлень, додатковий дохід може становити: $200 * 15 \text{ грн} = 3000 \text{ грн}$ на місяць.

Зменшення кількості скарг: підвищення якості упаковки може зменшити кількість скарг і повернень на 20 – 30%. Якщо витрати на компенсацію повернених товарів становлять 500 грн на місяць, то це може заощадити: $30\% * 500 \text{ грн} = 150 \text{ грн}$ на місяць.

Зменшення витрат на доставку: використання GPS-навігації дозволить скоротити час доставки на 5 – 10%, що, в свою чергу, може знизити витрати на пальне або скоротити кількість необхідних кур'єрів.

Заощадження на доставці (10% з витрат на пальне): приблизно 500 – 1000 грн на місяць.

Загальний ефект від цього заходу:

- додатковий дохід від повторних замовлень: 3 000 грн;
- заощадження від зменшення кількості скарг та повернень: 150 грн;
- заощадження на доставці: 500 грн.

Загальний економічний ефект:

$3000 \text{ грн} + 150 \text{ грн} + 500 \text{ грн} = 3650 \text{ грн}$ на місяць.

Інвестиції для покращення комунікації з клієнтами:

- вартість інтеграції онлайн-чату на сайт та в мобільний додаток: 3000 – 7000 грн (одноразова вартість);
- вартість навчання персоналу: 2000 – 5000 грн на проведення тренінгів для одного набору співробітників;
- інтеграція з месенджерами (Telegram, WhatsApp): 1 000 – 2 000 грн для розробки інтеграції.

Оцінка економічного ефекту.

Збільшення задоволеності клієнтів: очікуване підвищення задоволеності на 10 – 20%. Якщо задоволені клієнти роблять на 15% більше повторних замовлень, то це може дати додатковий дохід: на 15% від 200 замовлень по 150 грн кожне: $200 * 150 * 0,15 = 4500 \text{ грн}$ на місяць.

Збільшення швидкості обробки запитів: швидкість обробки запитів може зменшитись на 30 – 50%, що дозволить обробляти більше замовлень за той самий час і знизити витрати на персонал.

Заощадження на витратах на персонал (наприклад, зниження потреби в додаткових співробітниках) за рахунок ефективнішої роботи може становити, наприклад, 1000 грн на місяць.

Загальний ефект від цього заходу:

- додатковий дохід від збільшення задоволення клієнтів: 4500 грн.
- заощадження на витратах на персонал: 1000 грн.

Загальний економічний ефект:

$4500 \text{ грн} + 1000 \text{ грн} = 5500 \text{ грн}$ на місяць.

Інвестиції для оптимізація цінової політики:

- вартість моніторингу цін конкурентів та аналізу ринку: 500 – 1 000 грн на місяць для закупівлі інструментів або послуг;
- вартість запуску акцій та знижок: Залежить від обсягів продажу та розміру знижки. Наприклад, знижка 10% на перше замовлення може призвести до збитків в розмірі 10% від ціни замовлення.

Оцінка економічного ефекту.

Залучення нових клієнтів через знижки: знижка 10% на перше замовлення може залучити нових клієнтів, які замовлять 1 – 2 рази більше. Якщо в результаті залучення нових клієнтів дохід від кожного замовлення збільшиться на 5 – 10%, це може дати додатковий дохід.

Збільшення обсягів продажу на 10% при 200 замовленнях по 150 грн кожне: $200 * 150 * 0,10 = 3000$ грн на місяць.

Підвищення лояльності через систему знижок: постійні клієнти можуть принести до 10 – 15% більше доходу через систему лояльності. Якщо постійні клієнти здійснюють додаткові 100 замовлень на місяць:

Додатковий дохід від постійних клієнтів: $100 * 150 * 0,10 = 1500$ грн на місяць.

Загальний ефект від цього заходу:

- додатковий дохід від залучення нових клієнтів: 3000 грн;
- додатковий дохід від постійних клієнтів: 1500 грн.

Загальний економічний ефект:

$3000 \text{ грн} + 1500 \text{ грн} = 4500 \text{ грн}$ на місяць.

Інвестиції для покращення обслуговування корпоративних клієнтів:

- створення спеціальних меню: розробка нових меню або пакунків для корпоративних клієнтів вимагає додаткових витрат на дизайн та складання меню. Вартість розробки одного меню може становити 2 000 – 5 000 грн;
- інвестування в персонал та тренінги: для підвищення ефективності обслуговування корпоративних клієнтів можна провести тренінги для

персоналу. Вартість тренінгу може становити 2000 – 5000 грн на одного співробітника.

Оцінка економічного ефекту.

Завдяки індивідуальному підходу можна очікувати залучення нових корпоративних клієнтів, зокрема великих компаній, що можуть зробити великі замовлення. Припустимо, що це дасть додатковий дохід на рівні 10 – 15% від поточного обсягу замовлень. Якщо середній дохід від корпоративного замовлення складає 3000 грн, то збільшення на 10% (при 50 замовленнях на місяць) дасть додатковий дохід:

$$50 * 3\,000 \text{ грн} * 0,10 = 15\,000 \text{ грн на місяць.}$$

Якщо завдяки кращому обслуговуванню та спеціальним пропозиціям клієнти будуть робити більше замовлень, це може призвести до зростання кількості повторних замовлень на 5 – 10%. Для корпоративних клієнтів це може бути значний приріст:

$$10\% \text{ від } 50 \text{ замовлень} * 3\,000 \text{ грн} = 1\,500 \text{ грн на місяць.}$$

Завдяки покращеному обслуговуванню можна зменшити кількість скарг на 10 – 20%, що заощадить витрати на повернення або компенсацію. Припустимо, економія становить 500 грн на місяць завдяки зменшенню кількості скарг.

Загальний економічний ефект від цього заходу.

- додатковий дохід від залучення нових корпоративних клієнтів: 15000 грн;
- додатковий дохід від повторних замовлень: 1500 грн.;
- заощадження на компенсаціях через зменшення кількості скарг: 500 грн.

Загальний економічний ефект:

$$15\,000 \text{ грн} + 1\,500 \text{ грн} + 500 \text{ грн} = 17\,000 \text{ грн на місяць.}$$

Інвестиції для впровадження програм лояльності:

- розробка системи накопичувальних балів: створення програм лояльності може вимагати інвестицій в програмне забезпечення для обліку

балів, а також витрат на реалізацію спеціальних подарунків та знижок. Вартість розробки програми може становити 5 000 – 10 000 грн одноразово;

- персоналізація обслуговування: для персоналізації обслуговування можна використовувати дані про замовлення клієнтів, що вимагає інвестицій в CRM-систему або спеціалізовані платформи. Це може коштувати 3000 – 5000 грн.

Оцінка економічного ефекту.

Впровадження програми лояльності може призвести до збільшення обсягу замовлень від постійних клієнтів. Якщо програма лояльності дозволить збільшити кількість замовлень на 10-15%, це додасть додатковий дохід: $10\% \text{ від } 200 \text{ замовлень} * 150 \text{ грн} = 3000 \text{ грн на місяць}$.

Якщо програма лояльності також включає спеціальні пропозиції для нових клієнтів, то можна очікувати додатковий дохід на рівні 5 – 10%. Це може дати додатковий дохід від нових клієнтів:

$10\% \text{ від } 100 \text{ нових замовлень} * 150 \text{ грн} = 1500 \text{ грн на місяць}$.

Завдяки персоналізованим рекомендаціям, можна очікувати, що клієнти будуть робити на 10-15% більше замовлень. Для клієнтів, що роблять повторні замовлення, це додасть додатковий дохід:

$10\% \text{ від } 100 \text{ повторних замовлень} * 150 \text{ грн} = 1500 \text{ грн на місяць}$.

Загальний економічний ефект від цього заходу:

- додатковий дохід від збільшення замовлень від лояльних клієнтів: 3000 грн.;

- додатковий дохід від залучення нових клієнтів: 1500 грн.;

- додатковий дохід від повторних замовлень: 1500 грн.

Загальний економічний ефект:

$3000 \text{ грн} + 1500 \text{ грн} + 1500 \text{ грн} = 6000 \text{ грн на місяць}$.

В додатку Д представлена зведена інформація щодо економічного ефекту від впровадження запропонованих заходів. В табл. 3.2 представлено вплив кожного заходу на загальний економічний ефект, який становить 36650 грн на місяць.

Таблиця 3.2 – Загальний економічний ефект від впровадження заходів по покращенню діяльності ФОП Цаплін

Заходи	Економічний ефект
Покращення якості упаковки та температурного режиму	3650 грн
Покращення комунікації з клієнтами	5500 грн
Оптимізація цінової політики	4500 грн
Покращення обслуговування корпоративних клієнтів	17 000 грн
Впровадження програм лояльності	6000 грн
Загальний економічний ефект за всіма заходами	36650 грн на місяць

Джерело: складено автором

Отже, впровадження запропонованих заходів дозволить значно підвищити ефективність бізнесу, збільшивши дохід та зменшивши витрати. Покращення якості упаковки та температурного режиму призведе до збільшення повторних замовлень та зменшення витрат на компенсації. Покращення комунікації з клієнтами забезпечить зростання задоволення клієнтів та економію на витратах на персонал. Оптимізація цінової політики та покращення обслуговування корпоративних клієнтів сприятимуть залученню нових клієнтів і підвищенню лояльності постійних. Загальний економічний ефект від усіх заходів складе 36650 грн на місяць, що підтверджує доцільність їх впровадження.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 3

За результатами третього розділу отримано наступні висновки.

1. З'ясовано, що для вирішення виявлених проблем запропоновано комплексний підхід, включаючи інвестиції в нові матеріали упаковки, оптимізацію температурного режиму через термопакети та системи GPS-навігації для зниження часу доставки. Важливим кроком є покращення комунікації з клієнтами через створення онлайн-чатів або чат-ботів та проведення тренінгів для персоналу. Запровадження гнучкої цінової політики, акцій та системи лояльності допоможе залучити нових клієнтів та

збільшити повторні замовлення. Для корпоративних клієнтів доцільно розробити спеціалізовані пакети з бонусами та додатковими послугами, що підвищать їх задоволеність і лояльність.

2. Підтверджено, що впровадження запропонованих заходів дозволить значно підвищити ефективність бізнесу, збільшивши дохід та зменшивши витрати. Покращення якості упаковки та температурного режиму призведе до збільшення повторних замовлень та зменшення витрат на компенсації. Покращення комунікації з клієнтами забезпечить зростання задоволення клієнтів та економію на витратах на персонал. Оптимізація цінової політики та покращення обслуговування корпоративних клієнтів сприятимуть залученню нових клієнтів і підвищенню лояльності постійних. Загальний економічний ефект від усіх заходів складе 36650 грн на місяць, що підтверджує доцільність їх впровадження.

ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної роботи бакалавра вирішено всі поставлені завдання та досягнуто встановленої мети. Результати проведеного дослідження дозволили сформулювати такі висновки та узагальнення.

1. З'ясовано, що кейтеринг відіграє важливу роль у сучасній економіці, забезпечуючи гнучкі та зручні рішення для організації харчування в різних умовах. Він поєднує елементи ресторанного бізнесу, логістики та сервісу, пропонуючи клієнтам індивідуальний підхід і високу якість обслуговування. Розвиток технологій та зміни споживчих вподобань сприяють поширенню кейтерингових послуг, розширюючи їхній асортимент і формати. Водночас ця сфера має певні виклики, зокрема логістичні труднощі та високу вартість, які потребують ефективних рішень. Попри це, кейтеринг залишається перспективним напрямом, що сприяє розвитку малого бізнесу, створенню робочих місць та підвищенню якості ресторанного обслуговування.

2. Доведено, що організація процесу кейтерингового обслуговування є багатоступеневим процесом, що вимагає високої організованості та професіоналізму. Кожен етап відіграє важливу роль у забезпеченні якісного сервісу. Дотримання технологічних процесів, санітарних вимог та використання сучасного обладнання є основою для безпеки та якості харчових продуктів. Ефективна логістика доставки та своєчасне обслуговування гостей сприяють позитивному враженню від заходу. Аналіз зворотного зв'язку та внесення покращень після події дозволяє підвищити рівень послуг у майбутньому. Професійний підхід та увага до деталей – це ключ до успіху в кейтерингу.

3. Встановлено, що управління в кейтеринговому бізнесі потребує комплексного підходу, що включає застосування різноманітних методів і моделей, спрямованих на забезпечення високої якості послуг і ефективності роботи компанії. Вибір методів залежить від специфіки бізнесу, що вимагає адаптації до змінюваних умов ринку та внутрішніх процесів. Важливим є

також інтеграція методів у єдину стратегію, що дозволяє забезпечити безперебійність роботи на всіх етапах надання послуг.

4. Виявлено, що ФОП Цаплін, яке займається наданням кейтерингових послуг, зокрема експрес-доставкою їжі для корпоративних клієнтів, акцентує увагу на традиційній українській кухні, пропонуючи автентичні страви з високоякісних натуральних інгредієнтів. Протягом останніх років ФОП Цаплін демонструє стабільне зростання доходів та прибутку, а також розширення клієнтської бази.

5. З'ясовано, що особливості організації кейтерингових послуг на підприємстві ФОП Цаплін зосереджуються на чіткій взаємодії між працівниками, що забезпечує ефективність на всіх етапах процесу. Прийом замовлення, розробка меню, закупівля продуктів та підготовка страв здійснюються згідно з чітким планом, орієнтуючись на потреби корпоративних клієнтів та традиційну українську кухню. Для задоволення попиту на національні страви, такі як борщ і вареники, підприємство адаптує меню та враховує сезонність і вподобання клієнтів. Важливу роль відіграють сучасне обладнання та ефективна логістика для своєчасної доставки. Завдяки надійним системам упаковки та транспортування, ФОП Цаплін гарантує збереження якості страв до моменту їх доставки. Водночас, система зворотного зв'язку дозволяє постійно покращувати якість послуг та підтримувати високий рівень задоволення клієнтів.

6. Дослідження ефективності управління кейтеринговими послугами показало, що підприємство має стабільний розвиток, проте стикається з певними викликами. Аналіз опитувань клієнтів виявив проблеми з температурним режимом страв під час доставки, якістю упаковки та рівнем комунікації. Враховуючи виявлені недоліки, підприємству слід зосередитись на покращенні контролю температури їжі, удосконаленні упаковки та розвитку більш ефективних каналів комунікації. Також важливим є перегляд цінової політики та впровадження програм лояльності для підвищення конкурентоспроможності та залучення повторних клієнтів.

7. З'ясовано, що для вирішення виявлених проблем запропоновано комплексний підхід, включаючи інвестиції в нові матеріали упаковки, оптимізацію температурного режиму через термопакети та системи GPS-навігації для зниження часу доставки. Важливим кроком є покращення комунікації з клієнтами через створення онлайн-чатів або чат-ботів та проведення тренінгів для персоналу. Запровадження гнучкої цінової політики, акцій та системи лояльності допоможе залучити нових клієнтів та збільшити повторні замовлення. Для корпоративних клієнтів доцільно розробити спеціалізовані пакети з бонусами та додатковими послугами, що підвищать їх задоволеність і лояльність.

8. Підтверджено, що впровадження запропонованих заходів дозволить значно підвищити ефективність бізнесу, збільшивши дохід та зменшивши витрати. Покращення якості упаковки та температурного режиму призведе до збільшення повторних замовлень та зменшення витрат на компенсації. Покращення комунікації з клієнтами забезпечить зростання задоволення клієнтів та економію на витратах на персонал. Оптимізація цінової політики та покращення обслуговування корпоративних клієнтів сприятимуть залученню нових клієнтів і підвищенню лояльності постійних. Загальний економічний ефект від усіх заходів складе 36650 грн на місяць, що підтверджує доцільність їх впровадження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архіпов В. Організація ресторанного господарства: навчальний посібник. К: Центр учбової літератури, 2021. 280 с.
2. Баженова С. Е., Поголовська Ю. Ю., Канцур І. Г. Розвиток готельноресторанного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*. Випуск 38. 2022. URL : <https://surli.li/mlkchy>
3. Банєва І. О., Величко О. В. Перспективи післявоєнного відновлення готельно-ресторанної галузі в Україні. *Інфраструктура ринку*. Випуск 67. 2022. С. 46 – 50. URL : <https://surli.cc/tvmzqs>
4. Бишовець Л. Г., Куракін О. Б., Крижанівський А. І. Інноваційні технології обслуговування в сучасному ресторанному бізнесі // Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі : колективна монографія / за заг. ред. д. і. н., проф. Г. М. Чепурди. Харків: Новий курс. 2020. С. 53 – 58. URL: <https://surli.cc/yowchv>
5. Гігієна і санітарія закладів готельно-ресторанного господарства : підручник / О. Ю. Давидова, О. П. Колонтаєвський, І. В. Сегеда ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2024. 234 с. URL: <https://surli.lu/ijhkbx>
6. Гірняк Л.І., Глагола В.А. Розвиток кейтерингу як перспективного виду діяльності. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. 2019. Вип. 58. С. 44 – 50. URL : <https://surli.li/qspjfe>
7. Головка О.М., Сабадош Г.О. Особливості та перспективи розвитку кейтерингу в Закарпатській області. *Ефективна економіка*. № 6. 2024. URL : <https://surli.lu/mctpug>
8. Горшкова Л.О. Особливості кейтерингу в організації мобільного ресторанного обслуговування. *Проблеми системного підходу в економіці*. Випуск № 6 (62). 2017. С. 134 – 138. URL: <https://surli.li/ukzvsv>

9. Грищенко М. Виклики сучасності та їх вплив на діяльність готельних підприємств України. *Трансформаційна економіка*. № 1 (01). 2023. С. 10 – 14. URL : <https://surli.li/ebvkru>
10. Заклади ресторанного господарства. Класифікація: ДСТУ 4281:2004. К.: Держспоживстандарт України, 2004. 18 с.
11. Кейтеринг: навчальний посібник за ред. А. А. Мазаракі. Київ : КНТЕУ. 2017. 448 с.
12. Кирніс Н. І. Забезпечення конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями (catering). Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Львів. 2020. 243 с. URL: <https://surli.li/gmxpms>
13. Кіш Г. Інноваційні технології в діяльності готельно-ресторанних підприємств. *Актуальні питання у сучасній науці*. № 6 (12). 2023. С. 65 – 77. URL: <https://surli.li/wtexcg>
14. Ковешніков В.С., Матвієнко А.Т., Разметова О.Г. Організація готельно-ресторанного господарства: навчальний посібник. Київ : Видавництво ЛіраК, 2018. 564 с.
15. Корнєєв М.В., Кучер М.М., Погребняк А.В., Юдіна О.І., Стеблюк Н.Ф., Сабіров О.В. Методичні рекомендації щодо підготовки та захисту кваліфікаційної роботи здобувачами ступеня вищої освіти «бакалавр» галузі знань 24 Сфера обслуговування спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа». Дніпро. Університет митної справи та фінансів. 2024. 28 с.
16. Круль Г., Заячук О. Організація і технологія надання послуг гостинності: навчальний посібник 2-ге вид., перероб. і доп. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 488 с.
17. Кушнірук В., Величко О., Коваль О. Управління бізнес-процесами в готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. № 47. 2023. URL: <https://surli.cc/gaqgle>

18. Івашина Л.Л. Перспективи та проблеми кейтерингу в Україні. *Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського*. Випуск 17. 2017. С. 314 – 317 URL: <https://surl.li/ajkjhi>
19. Литвиненко Т.К. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу. К.: КНТЕУ. 2018. 215 с.
20. Моргулець О. Б., Нищенко О. В. Готельно-ресторанний бізнес України у довоєнний, воєнний та післявоєнний період. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. № 8. С. 88 –96 URL: <https://surl.li/vjsfbx>
21. Мостова Л.М., Новікова О.В., Ракленко І.М. Організація обслуговування в ресторанному господарстві: підручник. Харків: Світ Книг, 2018. 657.
22. Назаренко І. А., Боднарук О. А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навчальний посібник. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 128 с
23. Нестеренко О. О., Коробкіна І. С. Класифікація кейтерингових послуг для організації їх обліку. *Бізнес-Інформ*. № 4. 2014. С. 251 – 256. URL: <https://surl.li/gfvxmm>
24. Новікова О.В., Радченко Л.О., Вінніченко К.П., Льовшина Л.Д., Пивоваров П.П., Чубар Л.І. Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства: навчальний посібник. Харків: Світ Книг. 2018. 411 с.
25. Організація готельно-ресторанної справи: навчальний посібник / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Київ : Видавництво ЛіраК. 2020. 484 с
26. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства / За ред.. проф. Н.О. П'ятницької. К: Центр учбової літератури, 2011. 340 с
27. Основи ресторанної справи: навчальний посібник / укл. Г.Я. Круль. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. 2020. 496 с.

28. Паска М.З. Організація ресторанного господарства: навчальний посібник. Львів: ЛДУФК імені Івана Боберського. 2022. 212 с.
29. Пахомська О. В. Історія розвитку кейтеринг індустрії – від минулого в майбутнє. *Науковий вісник ТДАТУ*. Вип. 12. Том 1. 2022. С. 2 – 11 URL: <https://surl.li/lmbzeu>
30. Постова В.В. Кейтеринг як новий тренд в ресторанному бізнесі. *Причорноморські економічні студії*. Вип. 74. 2022. С. 147 – 150. URL: <https://surl.li/ciduev>.
31. Постова В.В., Доник О.І. Кейтеринг як інноваційна послуга у ресторанному бізнесі // Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору : V Міжнародна науково-практична конференція (заочна форма) (24 березня, м. Полтава). 2022. С. 148 – 150. URL: <https://surl.li/zmggzo>
32. П'ятницька Г., Григоренко О. Глобальні тренди розвитку кейтерингу. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. № 3. 2019. С. 51 – 68 URL : <https://surl.li/fzzolu>
33. Ратова З.Т. Організація кейтерингу в Україні в умовах економічної кризи. URL: <https://surl.li/yhqtcu>
34. Розвиток індустрії гостинності: сучасний погляд: монографія / наук. ред. Н.В. Лохман. Кривий ріг : ДонНУЕТ, 2021. 170 с.
35. Санітарія і гігієна підприємств харчової промисловості. Методичні вказівки до самостійної роботи студентів напряму підготовки 6.051701 „Харчові технології та інженерія” фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня „бакалавр”/ Укл.: Денисова Н.М., Буяльська Н.П. Чернівці: ЧНТУ, 2015. 112 с.
36. Санітарні правила та норми для підприємств громадського харчування URL : <https://surl.li/rgascy>
37. Тарасюк Г. М., Чагайда А. О. Тенденції розвитку кейтерингу в умовах інноваційних змін індустрії харчування. *Вісник Хмельницького*

національного університету. №1 (278). 2020. С. 170 – 177 URL : <https://surl.li/ydhyxc>

38. Тарасюк Г.М., Чагайда А.О., Тищенко О.М. Сучасний стан івент-кейтерингу в Україні та перспективи його розвитку. *Економіка та держава: науково-практичний журнал*. № 5. 2020. С. 70 – 74. URL: <https://surl.li/dnfeyn>

39. Шацька З. Я., Шевель А. А. Організація роботи підприємств готельної сфери. *Ефективна економіка*. № 10. 2020. URL: <https://surl.li/ylugmr>

40. Юринець З. В., Байда Б. Ф., Бірюкова Ю. А. Управління стратегічним бізнес-потенціалом підприємств готельно-ресторанного господарства. *Економіка та суспільство*. № 58. 2023. URL: <https://surl.li/pmekck>

41. Якименко-Терещенко Н. В., Чайка Т. Ю., Белікова О. С. Кейтеринг у місе-індустрії: тренди розвитку, міжнародний досвід і перспективи digital-трансформації. *Економіка та суспільство*. Випуск № 34. 2021. URL : <https://surl.li/znoflx>

ДОДАТОК А

Таблиця А1 – Процес кейтерінгових послуг з відповідальними особами

Крок	Опис процесу	Відповідальний
Прийняття замовлення	Клієнт звертається до компанії для замовлення послуг, узгоджуються деталі замовлення.	Менеджер з продажу
Розробка меню та підготовка	Обговорення меню, підготовка інгредієнтів, закупівля товарів.	Кулінарний шеф, Закупник
Приготування їжі	Страви готуються за обраним меню, упаковуються для транспортування.	Кулінарний шеф
Транспортування та доставка	Доставка їжі на місце проведення заходу, збереження температури страв.	Логіст, Водій
Отримання зворотного зв'язку	Збір відгуків клієнта для оцінки якості послуг.	Менеджер з продажу

Джерело: складено автором на основі внутрішньої інформації

ДОДАТОК Б

Таблиця Б1 – Меню для ФОП Цаплін (кейтеринг для корпоративних клієнтів)

Категорія	Страви
Сніданок	
Традиційний український	Сирники з медом і сметаною, узвар
Поживний	Каша (гречана, вівсяна, пшоняна), чорний хліб з бринзою
Легкий	Йогурт із гранолою та сухофруктами, фруктовий мікс
Бутербродний сет	Канাপки з паштетом, салом, червоною рибою
Обід	
Перша страва	Борщ із пампушками та салом, капуста із грибами, зелений борщ із перепелиним яйцем
Друга страва	Вареники (з картоплею, сиром), голубці, деруни з м'ясною підливою
Салати	Вінегрет із квасолею, буряк з горіхами та чорносливом, овочевий мікс
Напої	Узвар, компот, квас
Кейтеринг для заходів	
Презентації / Тренінги	Міні-бутерброди з бринзою та томатами, фруктові шпажки, міні-пиріжки з сиром, горішки "Медові"
Креативні заходи	Канapé з оселедцем і огірками, міні-деруни із соусом, закуска "Козацька", домашні цукерки з маком і горіхами
Фуршет / Банкет	М'ясне асорті (ковбаски, шинка, буженина), сирна тарілка, мариновані овочі, рибні рулети, тарталетки з печінковим паштетом, слойки з грибами
Кава-брейк	Домашня випічка (вергуни, круасани, пиріжки), кавовий та чайний бар, мед, варення, натуральні соки

Джерело: складено автором на основі внутрішньої інформації

ДОДАТОК В

Таблиця В1 – Матеріально-технічна база ФОП Цаплін

Категорія обладнання	Опис	Кількість / Характеристики
1. Кухонне обладнання		
Плити (газові/електричні)	Для приготування основних страв (супів, гарнірів, м'ясних страв)	4-6 конфорок, газові/електричні плити
Печі для запікання	Для приготування випічки, запечених страв (м'ясо, овочі, пироги)	2 печі (електричні/газові), з конвекцією
Фритюрниці	Для смаження страв, таких як картопля фрі, чебуреки, пончики	2 фритюрниці
Міксери та блендери	Для приготування пюре, соусів, коктейлів, збивання кремів	2 міксери, 1 блендер
Тістоміси	Для замісу тіста (наприклад, для пирогів, вареників, хліба)	1 тістоміс
Кухонні ножі та інструменти	Для нарізки, чищення та підготовки продуктів до приготування	Набір ножів, терки, обробні дошки
Посудомийна машина	Для миття великої кількості посуду, каструль, контейнерів	1 посудомийна машина (професійна)
Тарілки, каструлі, сковорідки	Для варіння, смаження, тушкування	Набір каструль, сковорідок різного розміру
Морозильне та холодильне обладнання	Для зберігання продуктів, що потребують низької температури	2 холодильники (для продуктів), 2 морозильні камери
2. Обладнання для обробки продуктів		
М'ясорубка	Для приготування фаршу, котлет, ковбас	1 м'ясорубка (професійна)
Шинка ножі, терки, дробарки	Для обробки м'яса, овочів, фруктів	Набір для нарізки та обробки продуктів
Соковижималки та преса	Для приготування свіжих соків, пресування овочів та фруктів	1 соковижималка, 1 прес для овочів
3. Обладнання для приготування специфічних страв		
Пароварки та комбіновані пароварки	Для приготування страв на пару (овочі, риба, пельмені)	1 пароварка
Гриль	Для приготування стейків, овочів на грилі	1 професійний гриль
4. Обладнання для упаковки їжі		
Контейнери для упаковки їжі	Для упаковки страв на доставку та обслуговування заходів	Ланч-бокси, пластикові та паперові контейнери для їжі
Пакувальні матеріали	Для забезпечення безпеки під час транспортування їжі	Одноразові стаканчики, серветки, пластикові та дерев'яні прибори
5. Енергозберігаючі технології		
Енергозберігаючі плити та холодильники	Для зниження витрат на електроенергію та підтримки оптимального температурного режиму	Високоякісні плити та холодильники з енергозберігаючими властивостями
6. Санітарне обладнання		
Рукавички, санітайзери, дезінфекційні засоби	Для забезпечення гігієни під час приготування їжі	Запас рукавичок, санітайзерів, дезінфекційних засобів для столів та інструментів
Промислові витяжки	Для видалення запахів та пари з кухні	2 витяжки, для зменшення запаху та підтримки чистоти на кухні

Джерело: складено автором на основі внутрішньої інформації

ДОДАТОК Г

Шановні клієнти!

Ми прагнемо вдосконалювати наші послуги, щоб зробити їх ще якіснішими та зручнішими для вас. Ваш зворотний зв'язок є надзвичайно важливим для нас, адже саме він допомагає нам визначити, що вже працює добре, а що потребує покращення. Просимо вас приділити кілька хвилин та заповнити цю анкету. Всі відповіді є анонімними та використовуватимуться виключно для аналізу й підвищення рівня обслуговування.

1. Як ви оцінюєте якість обслуговування нашими працівниками?

(Оцінити за шкалою від 1 до 5)

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

2. Наскільки швидко було виконано ваше замовлення?

- ☐ Дуже швидко
- ☐ Прийнятний час
- ☐ Запізнення
- ☐ Занадто довго

3. Як ви оцінюєте якість упаковки вашого замовлення?

(Оцінити за шкалою від 1 до 5)

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

4. Як ви оцінюєте якість доставленої їжі?

(Оцінити за шкалою від 1 до 5)

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

5. Чи була їжа ще теплою, коли ви її отримали?

- ☐ Так
- ☐ Ні

6. Як ви оцінюєте зручність комунікації з нашою компанією?

(Оцінити за шкалою від 1 до 5)

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

7. Наскільки зручним для вас є процес оформлення замовлення?

- ☐ Дуже зручний
- ☐ Зручний
- ☐ Незручний
- ☐ Дуже незручний

8. Чи отримали ви достатньо інформації про процес доставки та можливі терміни?
- ☐ Так, повна інформація
 - ☐ Частина інформації була неповною
 - ☐ Ні, не отримав достатньо інформації
9. Як ви оцінюєте наші ціни в порівнянні з іншими постачальниками на ринку?
- ☐ Дешевше за конкурентів
 - ☐ Приблизно ті ж самі
 - ☐ Дорожче за конкурентів
 - ☐ Не знаю, не порівнював
10. Чи задоволені ви нашими послугами для корпоративних заходів (якщо ви замовляли для таких)?
- ☐ Так
 - ☐ Ні
11. Чи плануєте ви звертатися до нашої компанії знову?
- ☐ Так
 - ☐ Ні
 - ☐ Не знаю
12. Як часто ви користуєтесь нашими послугами?
- ☐ Щодня
 - ☐ Кілька разів на тиждень
 - ☐ Кілька разів на місяць
 - ☐ Рідко
13. Загальна оцінка наших послуг
(Оцінити за шкалою від 1 до 5)
- ☐ 1
 - ☐ 2
 - ☐ 3
 - ☐ 4
 - ☐ 5

Дякуємо за відповіді!

ДОДАТОК Д

Таблиця Д1 – Економічний ефект від впровадження заходів

Захід	Інвестиції	Економічний ефект	Загальний ефект (грн/місяць)
Покращення якості упаковки та температурного режиму	Термоупаковка: 10-20 грн/од. GPS-навігація: 5000-10000 грн Додаткові термопакети: 5-10 грн/замовлення	Додатковий дохід від повторних замовлень: 3000 грн Заощадження від зменшення скарг: 150 грн Заощадження на доставці (пальне): 500 грн	3650 грн
Покращення комунікації з клієнтами	Інтеграція онлайн-чату: 3000-7000 грн Навчання персоналу: 2000-5000 грн Інтеграція з месенджерами: 1000-2000 грн	Додатковий дохід від збільшення задоволення клієнтів: 4500 грн Заощадження на витратах на персонал: 1000 грн	5500 грн
Оптимізація цінової політики	Моніторинг цін: 500-1000 грн/місяць Знижки на перше замовлення: 10%	Додатковий дохід від залучення нових клієнтів: 3000 грн Додатковий дохід від постійних клієнтів: 1500 грн	4500 грн
Покращення обслуговування корпоративних клієнтів	Розробка меню: 2000-5000 грн Організація додаткових послуг: 500 грн/клієнт Тренінги для персоналу: 2000 – 5000 грн	Додатковий дохід від залучення нових корпоративних клієнтів: 15000 грн Додатковий дохід від повторних замовлень: 1500 грн Заощадження на компенсаціях: 500 грн	17000 грн
Впровадження програм лояльності	Розробка програми лояльності: 5000-10000 грн Персоналізація: 3000-5000 грн	Додатковий дохід від лояльних клієнтів: 3000 грн Додатковий дохід від нових клієнтів: 1500 грн Додатковий дохід від повторних замовлень: 1500 грн	6000 грн

Джерело: складено автором